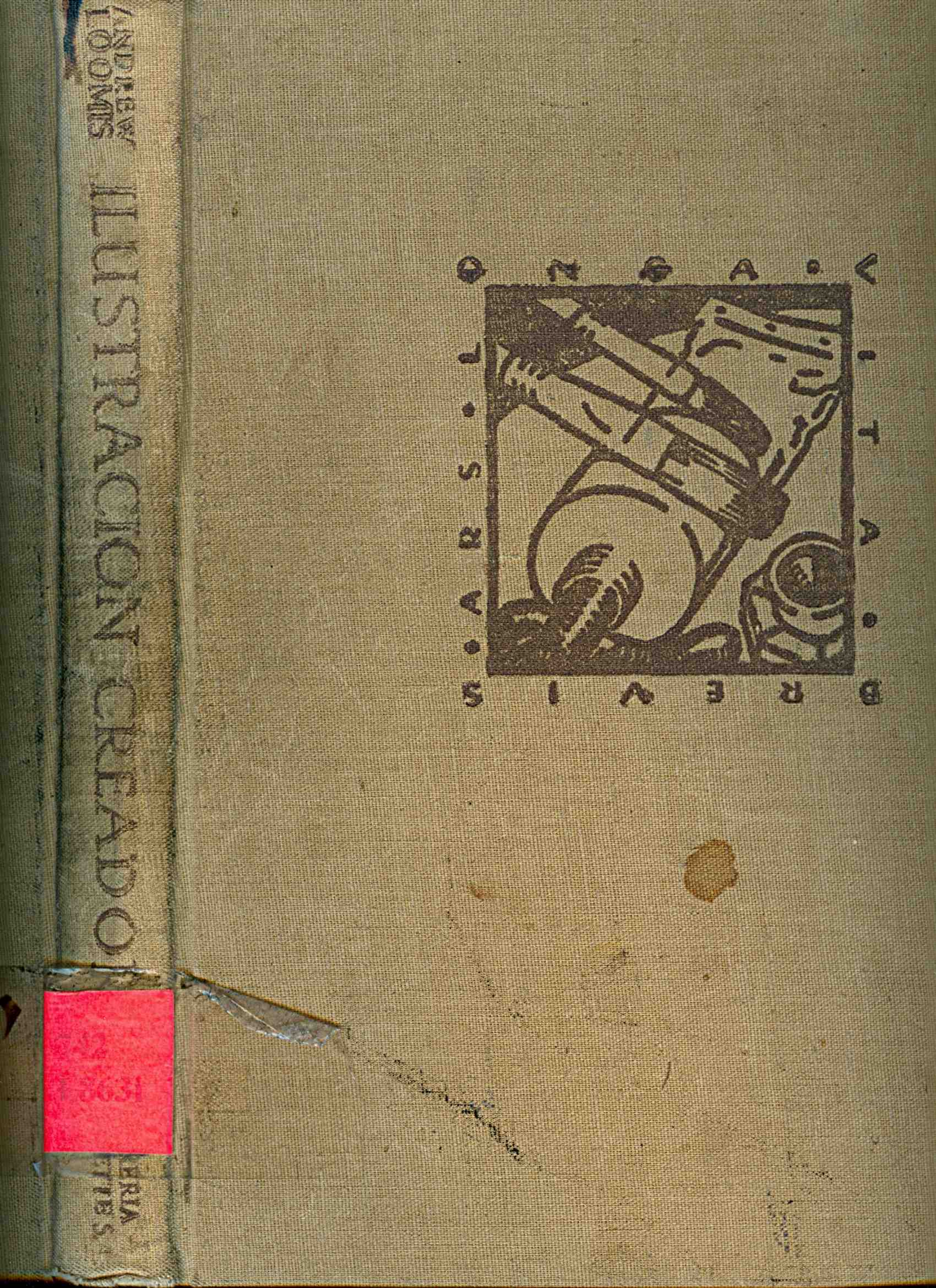
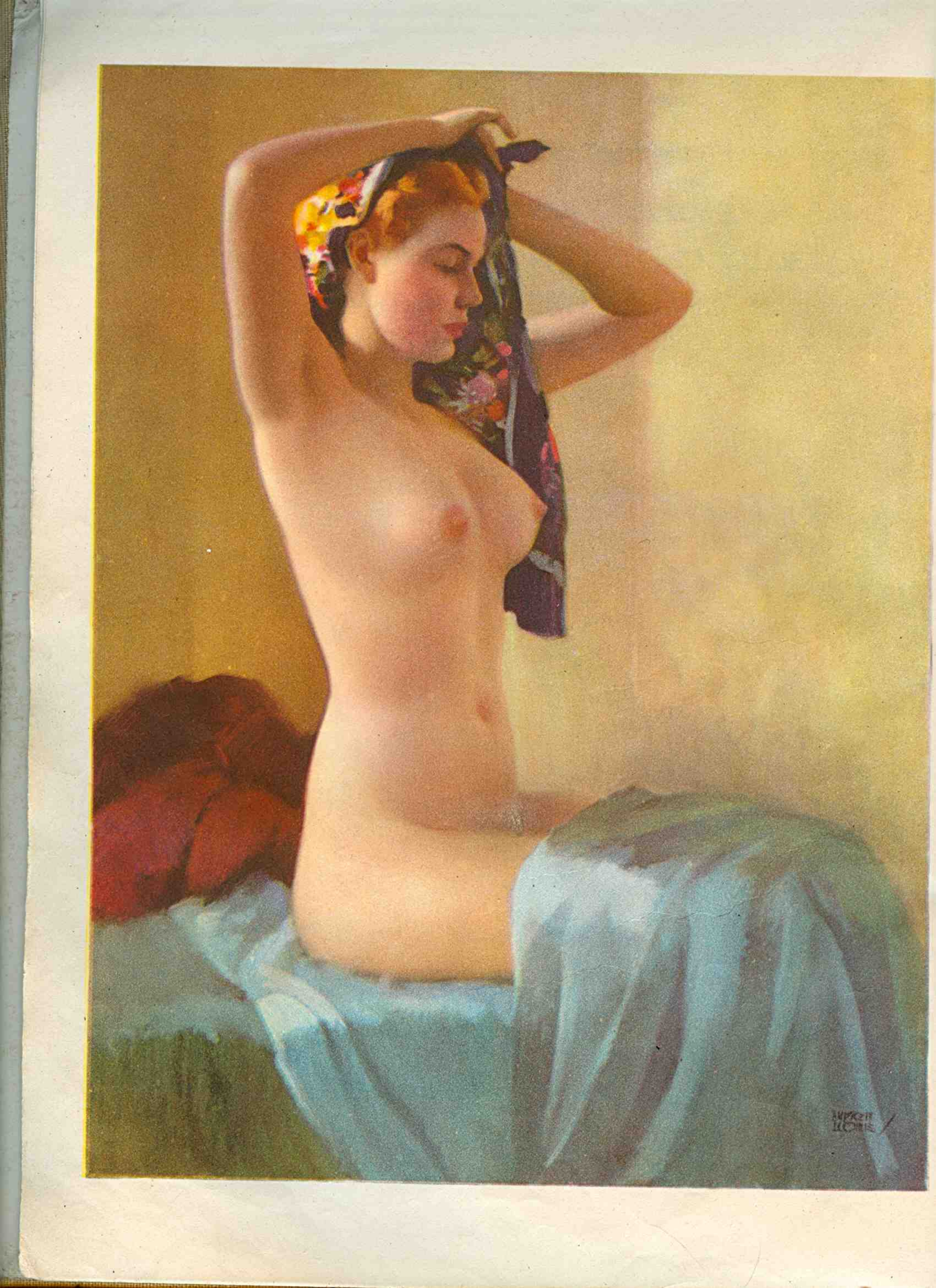

VITA · BREVIS · ARS · LONGA


ANDREW LOOMIS
ILUSTRACION CREADO
ARS LONGA VITA BREVIS

ILUSTRACION CREADORA

Andrew Loomis

LIBRERIA HACHETTE S. A.



Título original:
CREATIVE ILLUSTRATION
Versión castellana de RODOLFO J. WALSH

Todos los dibujos y pinturas incluídos que requirieron el empleo de modelos han sido posados, con la debida autorización, por modelos profesionales pagadas. Cualquier semejanza con otras personas es puramente accidental. Los dibujos que ilustran las diversas clases de publicidad fueron hechos especialmente para este volumen, y no para hacer propaganda a firmas o productos verdaderos.

CUARTA EDICIÓN

IMPRESO EN LA ARGENTINA
PRINTED IN ARGENTINE

Se acabó de imprimir el día 17 de abril de 1958, en los talleres gráficos de Sebastián de Amorrortu e hijos, S. A., calle Luca 2223, Buenos Aires.

Respetuosamente dedico
este volumen
al mejoramiento del arte de ilustrar
como profesión
para los jóvenes americanos



AGRADECIMIENTO

Deseo expresar mi gratitud por la valiosa ayuda que me prestó en la preparación de este volumen mi amada esposa, Ethel O. Loomis.



INDICE, INCLUYENDO ILUSTRACIONES

INDICE, INCLUYENDO ILUSTRACIONES

SEGUNDA PARTE: TONO

INDICE, INCLUYENDO ILUSTRACIONES

TERCERA PARTE: COLOR

CUARTA PARTE: NARRACION

INDICE, INCLUYENDO ILUSTRACIONES

QUINTA PARTE: CREACION DE IDEAS

SEXTA PARTE: CAMPOS DE LA ILUSTRACION

INDICE, INCLUYENDO ILUSTRACIONES

SEPTIMA PARTE: EXPERIMENTACION Y ESTUDIO



CHARLA PRELIMINAR

QUERIDOS LECTORES:

Después de la maravillosa acogida a mis anteriores esfuerzos, creo que a través de este volumen podré saludar a muchos de vosotros como a viejos amigos. La aceptación de mi último libro, *Dibujo de Figura en Todo su Valor* (1), me ha alentado a seguir adelante, pues en el campo de la ilustración, y más allá del dibujo de figura, aun queda por decir mucho que vale la pena saber. Una cosa es dibujar bien la figura, pero otra muy distinta situarla en un escenario convincente, darle fuerza narrativa, personalidad e interés dramático. En suma, la figura considerada simplemente como buen dibujo, significa poco. Debe realizar algo, vender un producto, o dar realismo y carácter a una historia; su personalidad debe impresionar al que la mira, llevarlo a una definida respuesta emocional.

Mi propósito es presentar aquellos principios que, según mi experiencia, han demostrado ser los fundamentos de la ilustración. Creo que hasta ahora estos fundamentos no habían sido sistematizados ni dados a conocer como un todo orgánico. He tratado, pues, de reunir esta información, tan necesaria, en la creencia de que mis propios esfuerzos en el campo activo de la ilustración me capacitan para hacerlo. Trataré de arrojar luz sobre los fundamentos que se aplican al esfuerzo pictórico en general, más bien que al dibujo específico de la figura o de otras unidades. Supondré que vosotros podéis dibujar ya con considerable habilidad y que poseéis cierta experiencia o destreza. En este sentido el libro no girará en torno a los primeros esfuerzos del principiante, ni estará destinado a aquellos a quienes el dibujo interesa sólo como pasatiempo, sino a los que impulsa el bien intencionado deseo de hacer una carrera artística, y de prestarle toda la dedicación que semejante carrera requiere. En arte el éxito no es, en modo alguno, fácil, ni puede lograrse mediante esfuerzos inconexos o aislados. No hay don o talento tan grande que pueda prescindir de los conocimientos fundamentales, la práctica diligente y el constante esfuerzo. Yo no afirmo que cualquiera pueda dibujar o pintar. Pero sí que cualquiera que *puede* hacerlo, lo hará mejor si adquiere un mayor caudal de conocimientos.

Supongamos entonces que tenéis cierta capacidad y que deseáis encauzarla prácticamente. Queréis saber cómo desarrollarla. Queréis ilustrar revistas, hacer anuncios de propaganda, carteles, muestras para vidrieras, calendarios, cubiertas de libros. Queréis tener a vuestra disposición todas las posibilidades de éxito.

No nos hagamos ilusiones. Ante todo advertir que no hay fórmula exacta que asegure el éxito. Pero hay incuestionables formas de procedimiento que pueden contribuir en mucho a alcanzarlo. Tal fórmula sería posible si el carácter, sensibilidad estimativa con respecto a la técnica y capacidad emotiva del artista, no determinaran en tan gran medida los resultados últimos de su obra. Por esta razón es absolutamente imposible reducir el arte a fórmulas exactas, hueras de personalidad. Sin personalidad, el arte creador tendría pocos motivos para existir. En realidad su más alto valor, el que indefectiblemente lo coloca por sobre la representación lograda por medios mecánicos, es precisamente la expresión individual. No pretendo iniciar querella contra la cámara fotográfica. Pero sostengo que, con toda su perfección mecánica, el valor real de la fotografía reside en la percepción individual del *cameraman*, y no en la excelencia técnica. Si el arte sólo consistiera en la perfección del detalle, la cámara fotográfica eliminaría al artista. Pero mientras el lente no esté dotado de emoción y percepción individuales, ni tenga la facultad de discriminar entre lo significativo y lo irrelevante, el artista dominará la situación. La cámara debe aceptar lo bueno y lo malo, reproducir la apariencia literal, falta de emoción, de lo que se coloca ante ella.

Yo pretendo infundir en cada lector la idea de que la ilustración es la vida, tal como vosotros —cada uno de vosotros— la percibís e interpretáis. Ese es vuestro caudal como artistas, y la cualidad que más se apreciará en vuestro trabajo. Tratad de no perderla ni subordinarla a otra personalidad ajena. En lo que a vosotros y a vuestra obra concierne, la vida es línea, tono, color, diseño... además de vuestros pen-

(1) Publicado por esta editorial.

samientos personales acerca de ella. Estos son algunos de los instrumentos con los cuales todos trabajamos, y que yo trataré de enseñaros a usar. Con tales instrumentos vosotros trabajaréis como lo creáis conveniente, pero mi esperanza es que este libro os servirá para adquirir nuevos conocimientos acerca de su uso.

Al principio de mi carrera, yo mismo experimenté la urgente necesidad de esta clase de ayuda. La necesidad es aún evidente, y yo he abordado el problema. Mi capacidad de autor puede ser desdeñada como cosa de poca importancia. Vosotros y yo compartimos la certeza de que las cosas de que hablaré son de tremenda importancia para vuestro éxito y el mío, puesto que me propongo seguir desplegando toda la actividad posible dentro de este campo. Os deseo tanto éxito como me lo deseo a mí mismo, en bien de nuestro arte, que es más importante que nosotros.

Si la ilustración es expresión, se convierte en una transposición del pensamiento. En consecuencia, es pensamiento transpuesto a una ilusión de realidad. Suponed que hablo de un hombre cuya cara es dura como el pedernal. Instantáneamente vuestra imaginación conjura una imagen mental. Sin embargo, esta imagen no es aún definida y clara. Esta cualidad de dureza, una interpretación subconsciente que vosotros sentís, debe ser combinada con el realismo. El resultado no será la copia de una fotografía ni la de un modelo viviente. *Es la transposición a una cara de vuestra concepción individual.* Vosotros trabajáis con vuestras herramientas, línea, tono y color, para producir esa cualidad. Si estuvierais vacíos de sentimiento difícilmente podríais pintar esa cabeza.

El dibujo con fines de mera "duplicación" casi carece de objeto. Lo mismo, o mejor, podéis lograr con vuestra cámara fotográfica. El dibujo como medio de expresión es la justificación, lo que eleva al arte sobre la fotografía. Algunos directores artísticos me han dicho que emplean la fotografía sólo a causa de la mediocridad de los artistas a quienes pueden recurrir. La demanda de buen trabajo en este campo excede, con mucho, a la oferta. En consecuencia, el arte comercial ha tenido que recurrir a la fotografía como único medio. Un director artístico difícilmente prefiere una fotografía a una pintura bien ejecutada. Para él la dificultad consiste precisamente en obtener la pintura o el dibujo bien ejecutado.

Si hemos de propender al mejoramiento de nuestro oficio y aumentar el volumen de la buena producción hasta poder competir con la fotografía, o hasta satisfacer la indiscutible demanda, no será pues la imitación de la fotografía, ni siquiera la mayor habilidad técnica lo que nos conduzca a esa meta, que sólo se alcanzará aumentando la capacidad imaginativa de los artistas; y también mediante una mayor libertad técnica que nos aparte de lo meramente fotográfico, como asimismo merced a una mayor individualidad. Tratar de competir con la cámara fotográfica en su propio terreno es fútil. No podemos igualar su precisión en el detalle. Y en cuanto a valores y color local (tema que trataremos más adelante), es poco lo que podemos añadir. Pero las puertas del valor pictórico real están ampliamente abiertas.

Podéis estar seguros de que el mayor valor de lo pictórico reside precisamente en todo aquello que la cámara no puede hacer. Volquemos nuestra atención hacia el diseño, la soltura y libertad de los procedimientos técnicos, la caracterización, el drama, la originalidad del plan, la "pérdida y hallazgo" de bordes, la subordinación de lo intrascendente y la acentuación de lo importante. Incorporemos a nuestro arte las cualidades emocionales de que carece la ilustración fotográfica. Que nuestra obra sea tan diferente de la fotografía como nuestra letra manuscrita de la letra impresa. Hagamos el dibujo, los valores y el color sólidos y convincentes, y de ahí en más no tenemos necesidad de competir. A partir de ahí no hay nada que pueda detenernos, y a partir de ahí también el público prefiere realmente el arte a la fotografía. El dibujo, los valores y el color son solamente el punto de partida, lo que se espera de nosotros y se da por descontado. Lo que podamos hacer por añadidura será la medida de nuestro avance en el campo de la ilustración.

El dibujo, por sí solo, no es demasiado difícil. Consiste principalmente en establecer el contorno con adecuado sentido de la proporción y el espaciamiento. Los espacios pueden ser medidos, y hay métodos simples para medirlos. Cualquier línea puede ser espaciada. Se la puede cuadricular, medir a ojo o proyectarla, y obtener así esa clase de dibujo. Pero el verdadero dibujo es una interpretación, selección y expresión de un contorno que contenga el mayor significado posible. A veces el dibujo ni siquiera consiste en contorno verdadero, tal como es, sino en aquél que es capaz de expresar la gracia, el carácter y el encanto del tema. Hasta que el artista no empieza a pensar en líneas, a expresar

en ellas lo que quiere decir, no se ha elevado gran cosa sobre su pantógrafo, su proyector u otras invenciones mecánicas. ¿Cómo puede abrigar la esperanza de ser creador si depende enteramente de ellos? Recurrir a ellos en substitución del dibujo como autoexpresión es confesar falta de fe en la propia capacidad. El artista debe comprender que su propia interpretación, aunque no sea tan literalmente exacta como la que mecánicamente le dan sus aparatos, es su única oportunidad de ser original, de superar a miles de otros dibujantes que también pueden usar esos medios mecánicos. Un dibujo que revele inventiva y un poco de originalidad, aunque esté pobremente realizado, es mejor que cien calcos o proyecciones.

Si mi propósito es daros idea de lo que tiene valor pictórico y de lo que no lo tiene, esta idea debe provenir de la práctica real y de un contacto con el campo real. Naturalmente, yo estoy limitado por mi propio punto de vista. Pero puesto que las bases esenciales de mi trabajo son en su mayoría las mismas que otros emplean, no podemos llegar a metas demasiado distintas. En consecuencia, los ejemplos de mi propio trabajo que uso en este libro no deben tomarse como objeto de imitación, sino más bien como demostración de aquellos elementos básicos que a mi parecer deben intervenir en toda ilustración que aspire al éxito. Mostrándoos los medios de expresión, más bien que la expresión misma, os dejo en libertad de expresaros individualmente.

Mi "aproche", o manera de encarar el asunto, se apartará en todo lo posible de la teoría de la imitación como medio de enseñanza. Por esta razón el aproche debe ser considerablemente distinto de la fórmula usual de los libros de texto sobre esta materia. No daré ejemplos de los viejos maestros porque, francamente, los métodos y procedimientos que ellos usaron son prácticamente desconocidos. Vosotros podéis ver grandes cuadros en todas partes; hasta es probable que vuestro archivo rebose de reproducciones de grandes cuadros. Pero si yo no puedo deciros cómo los viejos maestros llegaron a pintar sus grandes obras, no puedo deciros nada de interés acerca de ellos. Ni siquiera puedo pretender daros un análisis de sus obras, porque puede ocurrir que vuestro análisis sea mejor que el mío. El método y el procedimiento son las únicas bases sólidas de la enseñanza, porque sin ellos la capacidad creadora nada puede hacer. Ni siquiera me atrevo a incorporar a este estudio los trabajos de ilustradores contemporáneos, puesto que cada uno de ellos estaría infinitamente más capacitado que yo para hablar de su propia obra. Asimismo omitiré mis propios trabajos pasados, desde que no nos interesa tanto lo que yo he hecho como lo que vosotros vais a hacer, trabajando con las mismas herramientas. Si deseo seguir pisando terreno firme sólo me queda un camino, y es el de compartir con vosotros mi experiencia. De este modo podréis seleccionar lo que os sea útil y descartar aquello con lo que no estéis de acuerdo.

El punto de partida del arte de la ilustración debe ser, lógicamente, la línea. Los problemas de la línea son tanto más vastos de lo que imagina el lego, que debemos comenzar con una comprensión más amplia de lo que ella es. Ya sea conscientemente o no, la línea interviene en todas las fases del esfuerzo pictórico y desempeña un papel importantísimo. La línea, al par que delimitación del contorno, es el primer acercamiento al diseño, y la ignorancia de su verdadera función puede ser un gran obstáculo en el camino del éxito. En consecuencia, nuestro primer tema de estudio será *la línea.*

Después viene *el tono*. El tono es la base de la expresión de la forma en su aspecto sólido. Es también la base de un efecto tridimensional de forma en el espacio. No se puede dar una veraz representación de la vida sin una clara comprensión del significado del tono. La línea y el tono son interdependientes, y esta relación debe también ser comprendida.

A la línea y el tono se añade *el color*. Aquí nuevamente la relación es indestructible, puesto que el color verdadero depende casi enteramente de la buena relación tonal o de valores. Podemos dibujar una ilustración con líneas solamente, y lograr que sea pictóricamente completa. Pero apenas trascendemos la línea como simple contorno, nos vemos abocados al problema de manejar la luz y la sombra, es decir, el tono. Por lo tanto, nos sumergimos inmediatamente en el complejo mundo de las leyes de la naturaleza, ya que sólo mediante la luz y la sombra, o tonalidad, la forma se nos hace aparente. El paso que nos lleva del tono al color no es, ni con mucho, tan grande, puesto que ambos están estrechamente relacionados.

Dando por sentado que somos capaces de comprender los elementos básicos, línea, tono y color, aun nos queda más por realizar. Esos

tres elementos deben estar unidos con un fin pictórico. Nos falta aún dominar el arreglo y la presentación, más importantes todavía que el tema. Nos falta la organización de área, masa tonal y diseño para llegar a crear buenos cuadros. En este sentido trabajaremos.

Después del dominio técnico viene *la expresión dramática.* En último análisis el ilustrador sostiene un espejo ante la vida y expresa sus sentimientos acerca de ella. Puede pintar hermosamente un tiesto de flores, pero a eso no puede llamársele una ilustración. La ilustración debe abarcar la vida que vivimos, las cosas que hacemos, nuestras emociones y sentimientos. Dedicaremos, pues, una parte del libro a lo que he designado como "narración de la historia".

Si nos proponemos ilustrar, debemos crear ideas. La ilustración debe ahondar en la psicología para encontrar los motivos básicos de atracción, para crear ideas que lleguen a la personalidad del lector, forzándolo a reacciones definidas. También debemos considerar el desarrollo de ideas como base de la propaganda, para que nuestro trabajo encuentre mercado y lo satisfaga. Por lo tanto, una parte de este libro estará dedicada a este aspecto del problema.

Finalmente, debemos separar los diversos campos de actividad, y determinar el aproche más adecuado a cada uno de ellos. En cada campo hay un aproche básico que el artista de éxito debe tener en cuenta. Una cosa es un affiche callejero y otra un anuncio para una revista. Espero poder aclarar todos estos puntos.

La experimentación y el estudio pueden contribuir en gran medida a vuestro triunfo, asegurar frescura y superación a vuestro trabajo como ningún otro medio es capaz de hacerlo; la experimentación es lo que puede sacaros de los caminos trillados de la rutina diaria y elevaros sobre los demás cultores de vuestro arte. Es, en suma, el gran secreto del éxito.

He buscado en la medida de mi capacidad las verdades sobre las cuales se puede trabajar, y las he sistematizado dentro de lo que llamaré "Principio de la Forma". En esto reside la base del aproche al material de este libro. Estas verdades han existido antes que yo y seguirán existiendo siempre. Yo he tratado, simplemente, de reunirlas en un todo. Son los elementos que están presentes en todo buen arte, y deberán estar presentes también en lo que vosotros hagáis. Nacen de las leyes de la naturaleza, que en mi opiniòu son la única base sólida para un libro de esta índole. Por lo tanto, empecemos a trabajar.

EL PRINCIPIO DE LA FORMA COMO BASE DE APROCHE

Sea cual fuere el tema que elija el artista o el medium con que trabaje, sólo hay una base sólida de aproche a una interpretación realista de la vida, a una representación de la apariencia natural de las formas existentes. No puedo pretender ser el primero en percibir las verdades en que se funda ese aproche. Vosotros las encontraréis ejemplificadas en todo buen arte. Han existido mucho antes que yo, y seguirán existiendo mientras exista la luz. Yo sólo trataré de sistematizar esas verdades, de manera que vosotros podáis trabajar sobre ellas en el estudio y la práctica, en todo lo que hagáis. A la sistematización de estas verdades básicas he dado un nombre: Principio de la Forma. Este principio es la base de todo lo que se discutirá en este libro; y espero que vosotros lo adoptéis y lo empleéis durante el resto de vuestra vida. Empecemos por la definición del Principio de la Forma:

El Principio de la Forma es la expresión del aspecto de la forma en cualquier momento dado, teniendo en cuenta su iluminación, estructura y textura, junto con la verdadera relación en que se encuentra respecto al medio circundante.

Veamos ahora lo que esto significa. Cualquier efecto pictórico que quiera presentar una convincente ilusión de la forma existente debe dar en primer término la luz que ilumina esa forma. Prescindiendo de la luz, en lo que a nosotros atañe, la forma deja de existir. La primera verdad del Principio de la Forma que nos concierne es, pues, la siguiente:

Debe determinarse en seguida con qué clase de luz estamos trabajando, puesto que su naturaleza, calidad y dirección afectarán toda la apariencia de la forma.

Es imposible representar la forma sin la luz, de lo que se sigue que la naturaleza de la forma se hace visible por causa de la luz. Una luz brillante produce una zona de iluminación bien definida, una zona de penumbra y una de sombra. Una luz difusa, como la del cielo en un día gris, produce un efecto suave, y una sutil gradación de luz a oscuridad. En el estudio, los mismos efectos relativos son producidos, por la luz artificial cuando se quiere una definición de zonas iluminadas, y por la luz natural, proveniente del norte, cuando se busca una suave gradación.

La dirección o posición del foco luminoso determina, pues, qué planos estarán iluminados, en medio tono o en sombra. La textura es más aparente bajo una luz directa o brillante que bajo una luz difusa. Los planos de la forma son también más aparentes cuando está expuesta a una luz brillante.

Esto nos conduce a nuestra próxima verdad:

Las áreas más iluminadas de la forma serán aquellas que se encuentren dentro de las planos que forman, o tienden a formar, ángulo recto con la dirección de la luz. Los planos en medio tono serán aquellos que están situados oblicuamente a la dirección de la luz. Los planos en sombra serán aquellos que estén en la misma dirección de la luz, o situados de tal modo que la luz de la fuente luminosa no llegue a ellos. Las sombras proyectadas son resultado de la intercepción de la luz; el contorno de la forma interceptora se proyecta a otros planos. La luz difusa produce escasa proyección de sombras, o ninguna. La luz brillante o directa produce siempre sombras proyectadas.

En resumen, podéis ver que la clase de luz está inmediatamente relacionada con el aproche a vuestro tema, y con el efecto final. Como posee escasa capacidad de definición, la luz difusa os resultará de empleo extremadamente difícil. Para la "instantánea" usad luz directa. Para lograr suavidad y simplicidad usad la luz del cielo. La luz directa produce contraste, la luz del cielo uniformidad de valores.

La luz directa produce mucha más luz reflejada, y ésta es más aparente dentro de la sombra. La cantidad de luz reflejada que llega a la sombra determinará su valor. Todo objeto sobre el cual cae la luz se convierte en una fuente secundaria de luz refleja, e ilumina planos sombreados, siguiendo las mismas leyes que

rigen para la fuente original, es decir, produciendo mayor intensidad de iluminación en los planos perpendiculares a esa luz refleja.

La luz sólo puede actuar de una manera. Ilumina directa y brillantemente los planos en ángulo recto con su dirección, después se desliza en torno a la forma hasta donde puede ir. Sin embargo, en el caso de la sombra iluminada por reflejo, siendo la fuente luminosa de menor intensidad, *la luz reflejada no puede nunca ser tan brillante como la de la fuente original. Es decir que las áreas en sombra en ningún caso podrán estar tan iluminadas como las que reciben la luz directamente.*

Este es uno de los mayores motivos de fracaso en arte. Tanto las áreas iluminadas como las sombreadas deben ser simplificadas y pintadas en el menor número posible de valores. El fin de esto es lograr que todas las áreas iluminadas formen juntas un grupo, en contraposición a las áreas sombreadas que deben formar otro grupo. Si los valores de ambos grupos no son de este modo separados, el tema se expone a perder solidez y forma, por bien modelado y bien dibujado que esté. La deficiencia de muchos cuadros consiste en que no se ha dado su oportunidad a la luz y la sombra simples. Tal relación es destruída, introduciendo diversas fuentes luminosas. Es decir que donde debería haber medio tono o sombra, para dar el verdadero carácter de la forma, ese medio tono, o esa sombra, se pierden bajo otras luces, y los valores se convierten en un baturrillo de tonos intermedios, áreas excesivamente iluminadas y acentuaciones. En el área sombreada no puede haber un blanco. Un procedimiento seguro es hacer todas las áreas iluminadas más iluminadas de lo que uno cree verlas, y todas las áreas sombreadas más sombreadas. De este modo es probable que se llegue a un resultado mejor que si se procede a la inversa.

Esto no significa que la luz no pueda propagarse en distintas direcciones, como la luz que expande a su alrededor una lámpara, la luz de un par de ventanas, la luz refleja, etc. Pero la iluminación debe ser un *verdadero* efecto de luz, tal como la luz del sol, la del cielo, la de la luna, la del crepúsculo, la luz artificial, etc., en su efecto y relación verdaderos. Sólo hay una manera de comprender bien esto. Estudiad la verdadera apariencia de la vida, o sacad una fotografía que la reproduzca. No puede ser falsificada. La luz falsificada malogra toda otra buena cualidad.

Todos los objetos representados dentro de una luz dada guardan entre sí una relación de tono y valor.

Si esta relación no se conserva, la forma no puede ser verdadera. Todo objeto tiene su valor "local", es decir que su tono de superficie ocupa su lugar en la escala del blanco al negro. La luz brillante puede aumentar el valor, y la luz mortecina disminuirlo. Pero la luz realza o amengua proporcionalmente todos los valores circundantes, de manera que cualquiera de los valores está en una relación constante con los demás. Bajo cualquier luz un área dada permanecerá tanto más iluminada o más oscura que las circundantes. Por ejemplo, la camisa de un hombre puede estar mucho más iluminada que su traje, pero bajo cualquier luz esta relación subsiste. En consecuencia, ya estén en completa sombra, o bajo una luz brillante, no podemos alterar la diferencia de valores entre una y otro. Se pueden alzar o disminuir los valores, pero conservando siempre la diferencia. La relación entre unos y otros ha de ser siempre la misma, con luz o con sombra.

Para nuestros propósitos lo mejor es emplear una sola fuente luminosa, que produce el mejor efecto pictórico. Esto también nos da luz refleja. Podemos usar un reflector (por lo general una madera blanca), que refleja la luz original sobre el costado sombreado con hermosos efectos.

La relación de los valores es más correcta con luz natural que con cualquier otra.

La luz del sol, y en general la luz diurna, son las luces perfectas para una veraz expresión de la forma. No se las puede superar con ningún artificio.

El modelado excesivo proviene de la incorrección de los valores.

Si para redondear la forma exageramos los valores, consumimos la provisión de tonos, más bien limitada, que va del blanco al negro, y en consecuencia no nos quedan los valores adecuados, más bajos, para el sombreado. El cuadro se hace opaco e inanimado, puesto que hemos usado valores que no pertenecen a la luz y no pueden estar en relación. Lo opuesto también se hace verdadero cuando introducimos en la sombra luces imposibles, destruyendo la gran relación entre la luz total y la sombra total.

La gran forma hace que el tema en conjunto, y no las formas incidentales de la superficie, se sostengan y aparezcan sólidas.

EL PRINCIPIO DE LA FORMA

Muchas de las formas pequeñas e intrincadas deben ser subordinadas para conservar la solidez de la gran forma. Los pliegues, por ejemplo, pueden arruinar el efecto de la forma subyacente. Dibujad solamente los pliegues que expresen la forma y el drapeado natural del material, y no cada uno de los pliegues que veis en el modelo o la copia.

Los mejores cuadros tienen sólo unos pocos valores simples.

Sobre esto insistiremos más adelante.

El diseño, y no el tema o el material, es lo que hace al cuadro.

Casi cualquier tema puede ser usado con gracia mediante la ayuda del diseño y la presentación. La presentación es más vital que el tema mismo.

Mediante un cuidadoso arreglo de la iluminación la misma forma puede ser presentada de muchas maneras diversas. Cualquier luz no sirve. Debe elegirse después de varios experimentos.

Un paisaje interesante a la luz de la mañana o de la tarde puede ser opaco y deslucido a mediodía. Una cabeza atractiva puede parecer fea bajo una mala iluminación. El mejor plan consiste en elegir siempre la iluminación que tienda a dar la gran forma simple, y no la forma demasiado quebrada en luz y sombra.

La luz y la sombra en sí producen el diseño.

El tema más simple puede hacerse artístico mediante combinaciones de luces y sombras entrelazadas.

Las relaciones de valor entre los objetos producen el diseño.

Por ejemplo, un objeto oscuro colocado contra otro iluminado, y ambos puestos contra un fondo gris, constituirían un diseño. Los diversos objetos pueden colocarse buscando aproximación o contraste de valores; en el primer caso se logra subordinación y en el segundo acentuación. El plan o composición del tema se ocupa en realidad de las relaciones de los valores entre ciertas unidades y otras armonizadas o contrastadas con ellas. Esto resulta en el "modelado", y puede combinarse más aún con la iluminación.

Todos los cuadros son fundamentalmente, o bien combinaciones de luces, tonos intermedios y oscuros, o bien combinaciones lineales.

No podéis evitar hacer de vuestro tema una expresión tonal o una expresión lineal. Podéis combinar ambas, pero no escapar de una de ellas. Si no comprendéis la relación tonal, os será imposible comunicar una sensación de "existencia".

La línea es contorno; el tono es forma, espacio y tercera dimensión.

Grabad bien esto en vuestra memoria.

El contorno no puede ser continuamente definido en torno a todas las unidades, si se quiere lograr una sensación de espacio.

En la naturaleza el contorno se pierde y se encuentra, se entrelaza y funde en otras áreas. Si se mantiene en todas partes la dureza de los bordes, éstos pasan a formar parte de un plano único, se pierde la sensación de espacio. Más adelante hablaremos con más detalle del contorno.

Para todos los mediums los fundamentos son los mismos.

Cada medium tiene una cualidad propia, inherente a él. Una vez que dominéis el Principio de la Forma, sólo os faltará dominar las peculiaridades del medium que empleéis. Simplemente tendréis que descubrir cómo expresar, en el medium elegido, un borde duro, o un borde blando, la luz, el medio tono o la sombra, y esto es puramente una cuestión técnica. Pero, en lo esencial, expresaréis la forma de la misma manera en todos los mediums.

La parte más oscura de la sombra aparece cerca de la luz, entre el medio tono de ésta y la luz refleja dentro de la sombra.

El ilustrador llama a esta parte más oscura "lomo" o "giba"; es importantísima puesto que mantiene la sombra luminosa y la forma redonda.

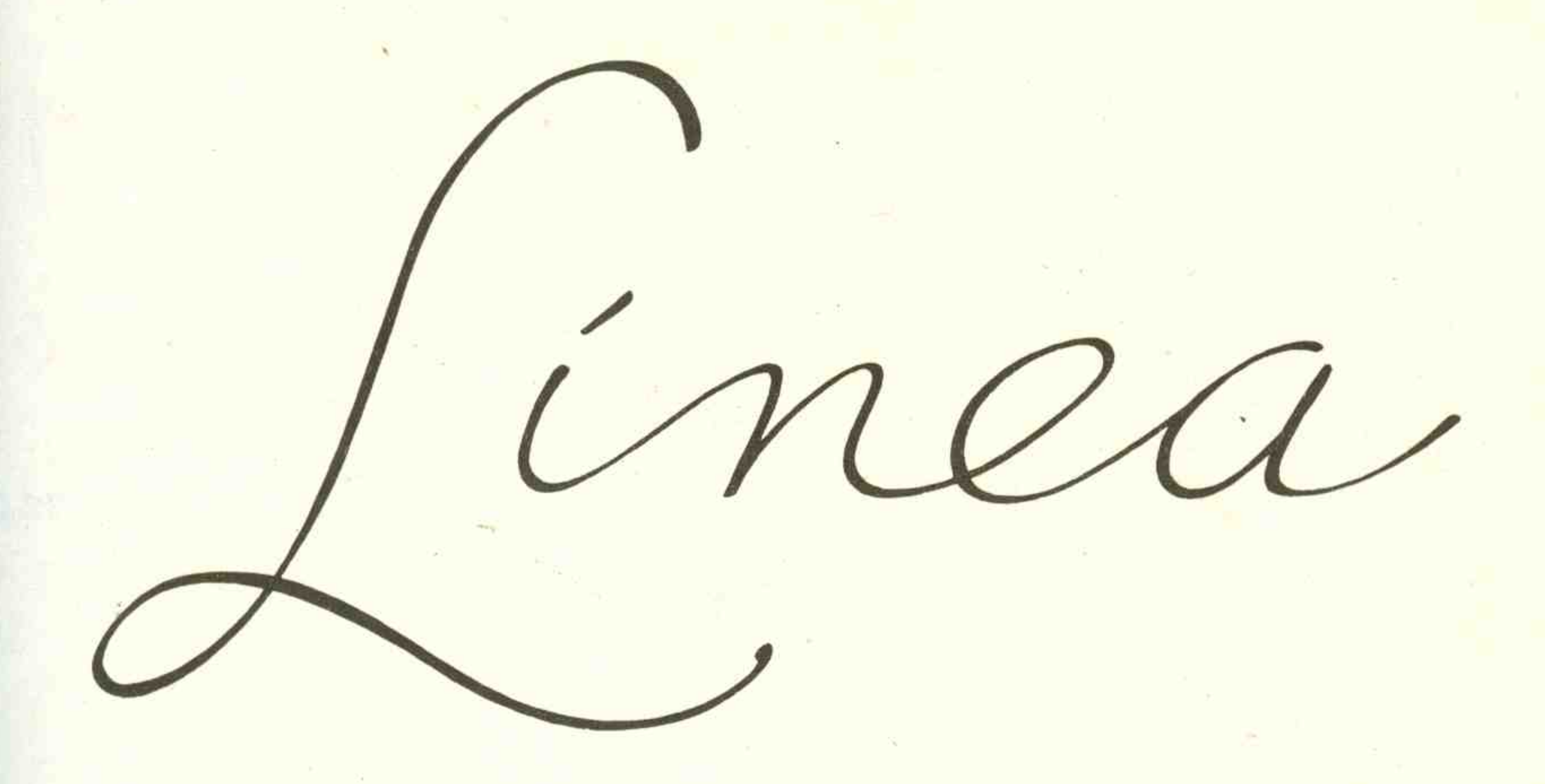
El Principio de la Forma es la coordinación de todos los factores vinculados a la línea, el tono y el color.

Este libro se basa en el Principio de la Forma, ya que el mismo intervendrá en todo lo que hagáis o veáis, dentro del campo de la ilustración. A medida que avancemos trataremos de poner en claro sus diferentes aplicaciones. Os sugiero volver a menudo a estas verdades fundamentales, porque constituirán las respuestas a la mayoría de vuestros problemas.

A empezar, pues, con la línea.



PRIMERA PARTE



LA LINEA TIENE SIETE FUNCIONES PRINCIPALES

1. Transmitir su propia belleza intrínseca.
2. Dividir o limitar un área o espacio.
3. Delinear un pensamiento o símbolo.
4. Definir la forma mediante el borde o contorno.
5. Atraer el ojo y dirigirlo por un camino dado.
6. Producir una gradación gris o tonal.
7. Crear el diseño o presentación.



Aunque parezca un tanto obvio, empecemos el libro con el principio mismo de la expresión artística, la línea. En realidad en la mente del artista la línea tiene un alcance mucho más vasto que en la del lego. Para éste la línea no es más que la marca de un lápiz o el rasgueo de una pluma. Para el verdadero artista la línea puede alcanzar grandes alturas, requerir extraordinaria habilidad y transmitir ilimitada belleza. La línea, en sus diversas funciones, ha contribuido tanto al progreso humano como el fuego o el vapor. Toda línea debería tener su función y propósito. Quiero que la consideréis desde ese punto de vista. Todo lo que hagáis de ahora en adelante tendrá relación con la línea, buena o mala. Podéis hacer que la línea sea uno de los pilares de vuestro trabajo, o bien descuidar su importancia. Pero si preferís ignorar las funciones de la línea, vuestro trabajo será un mal exponente de vuestra capacidad. Ya sea para bien o para mal, la línea intervendrá inevitablemente en vuestro trabajo. No podéis escapar a ella. Veamos qué es lo que puede hacerse a este respecto.

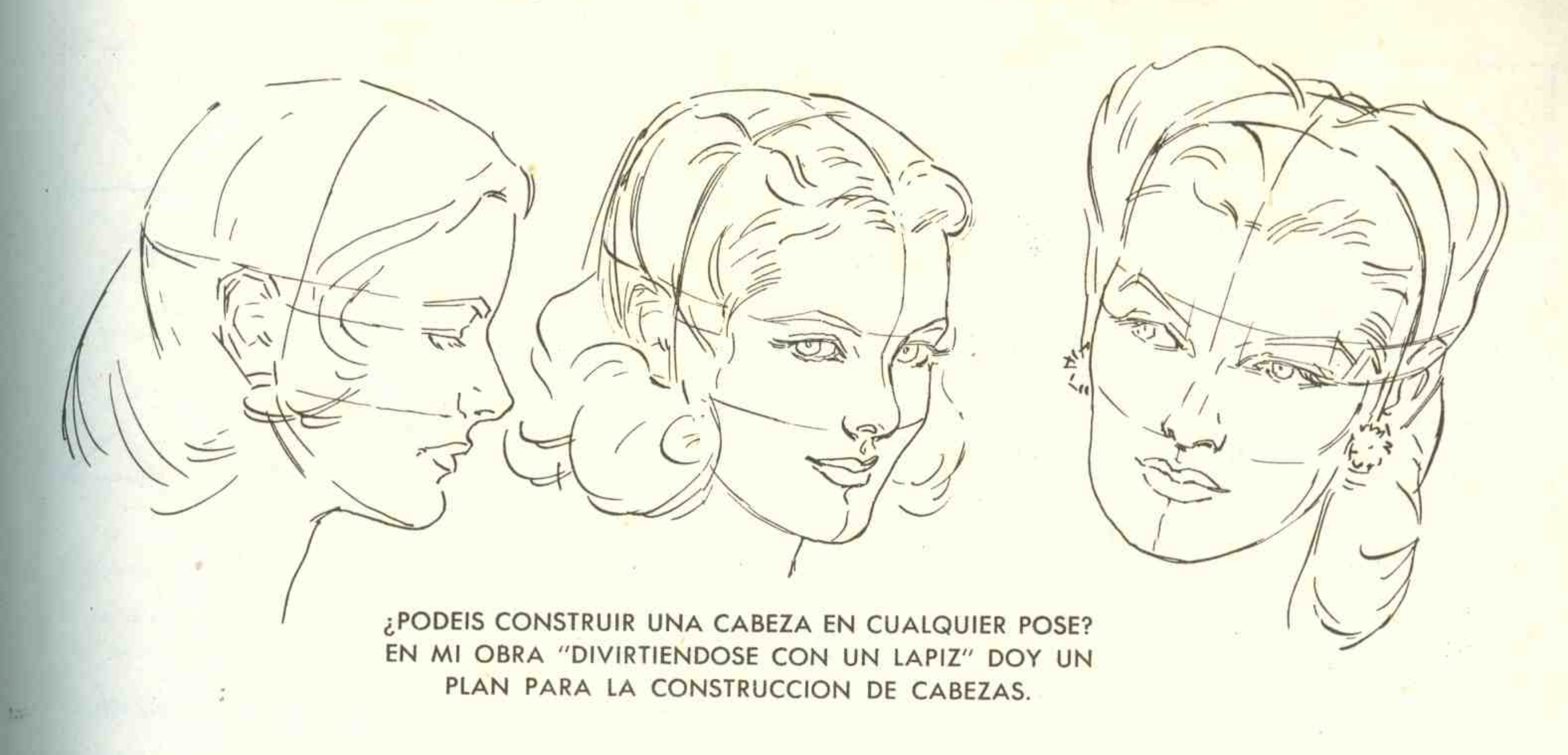


¡La línea es más que un simple contorno!

EL ARTE CREADOR EMPIEZA CON LA LINEA CREADORA. LA LINEA CREADORA ES LA LINEA TAL CUAL VOSOTROS LA VEIS Y PREFERIS DIBUJARLA. LA PROYECCION LITERAL DE CONTORNOS POR MEDIOS ARTIFICIALES AHOGA VUESTRA INDIVIDUALIDAD. DIBUJAD EN BASE A UNA COPIA COMO DIBUJARIAIS EN BASE A LA VIDA REAL. TENED EL CORAJE DE "DIBUJAR VOSOTROS MISMOS".

EL PLAN DE ESTE LIBRO ES LLEVAR A LA PRACTICA LOS FUNDAMENTOS DE "EL DIBUJO DE FIGURA EN TODO SU VALOR". SE SUPONE QUE YA POSEEIS ÇONOCIMIENTO DE LOS MISMOS.

LA LINEA ES PROPORCION MAS IMAGINACION



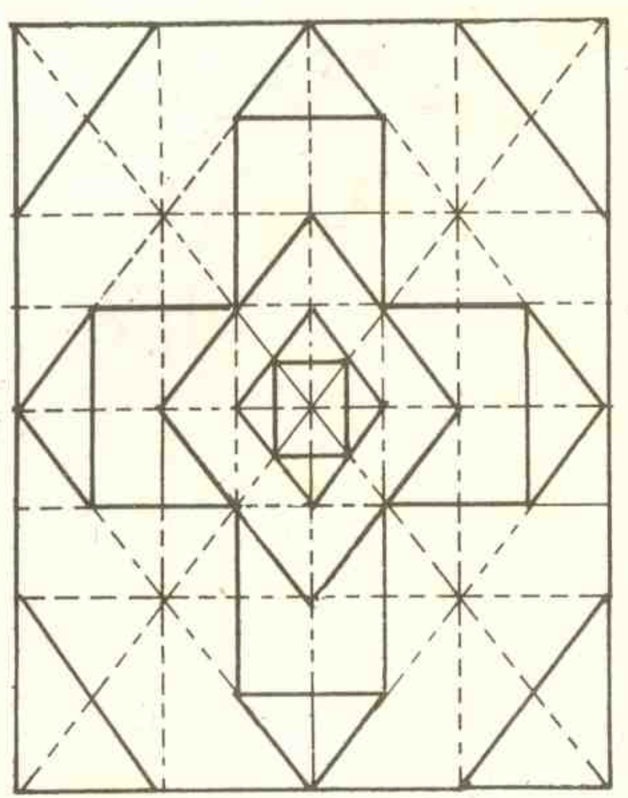
¿PODEIS CONSTRUIR UNA CABEZA EN CUALQUIER POSE? EN MI OBRA "DIVIRTIENDOSE CON UN LAPIZ" DOY UN PLAN PARA LA CONSTRUCCION DE CABEZAS.

PROCEDIMIENTO DE EXAMEN VISUAL, EXPLICADO EN MI LIBRO "EL DIBUJO DE FIGURA EN TODO SU VALOR".

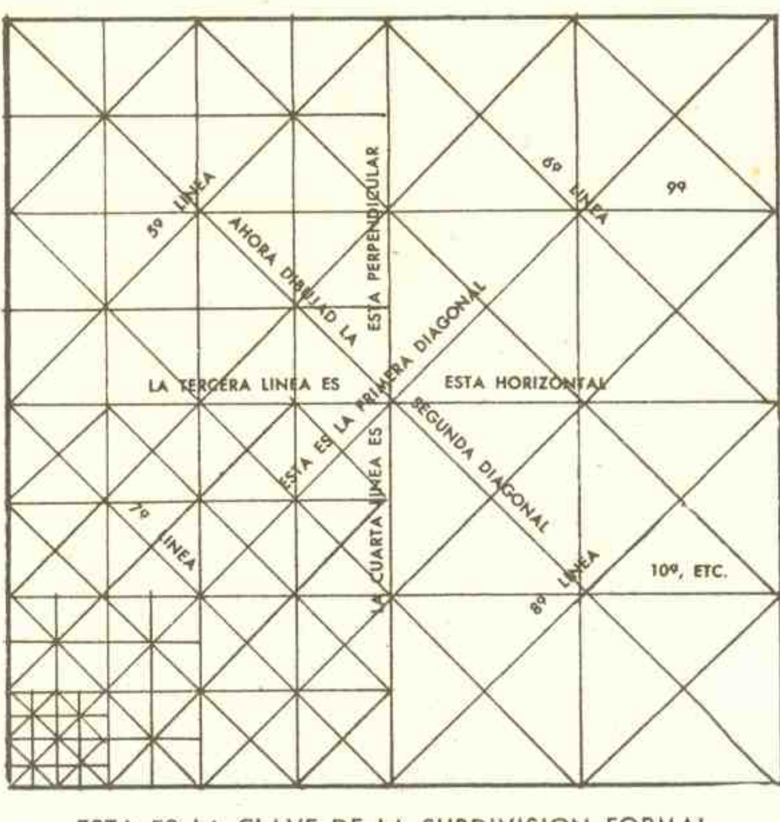
ESTO OS MUESTRA COMO OBTENER LAS PROPORCIONES DE CUALQUIER POSE.

DE LA PROPORCION Y CONSTRUCCION DE LA FIGURA HUMANA. ME PROPONGO AYUDAROS A DESARROLLAR PICTORICAMENTE LA FIGURA HUMANA HACIA METAS PRACTICAS PARA QUE PODAIS HACER UN TRABAJO EFICAZ.

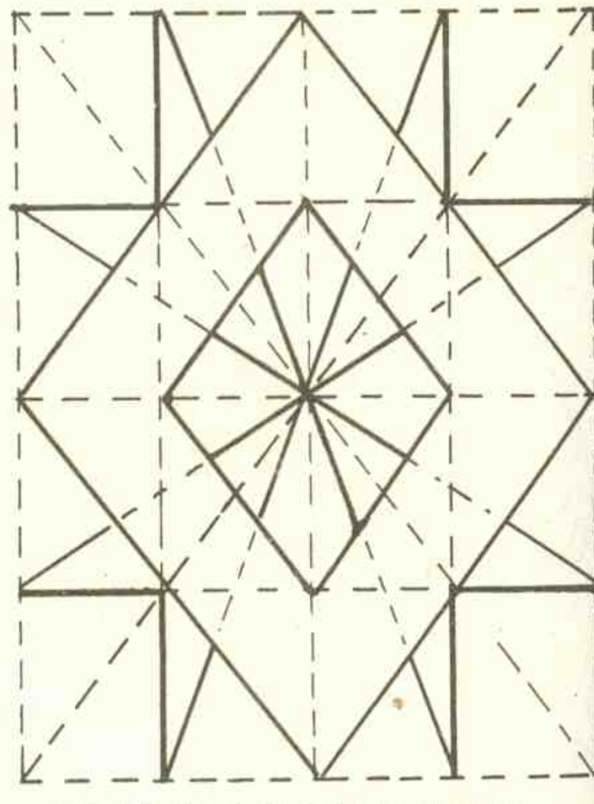
LA LINEA PRODUCE EL DISEÑO FORMAL



LAS LINEAS PUNTEADAS MUESTRAN LAS DIVISIONES BASICAS.

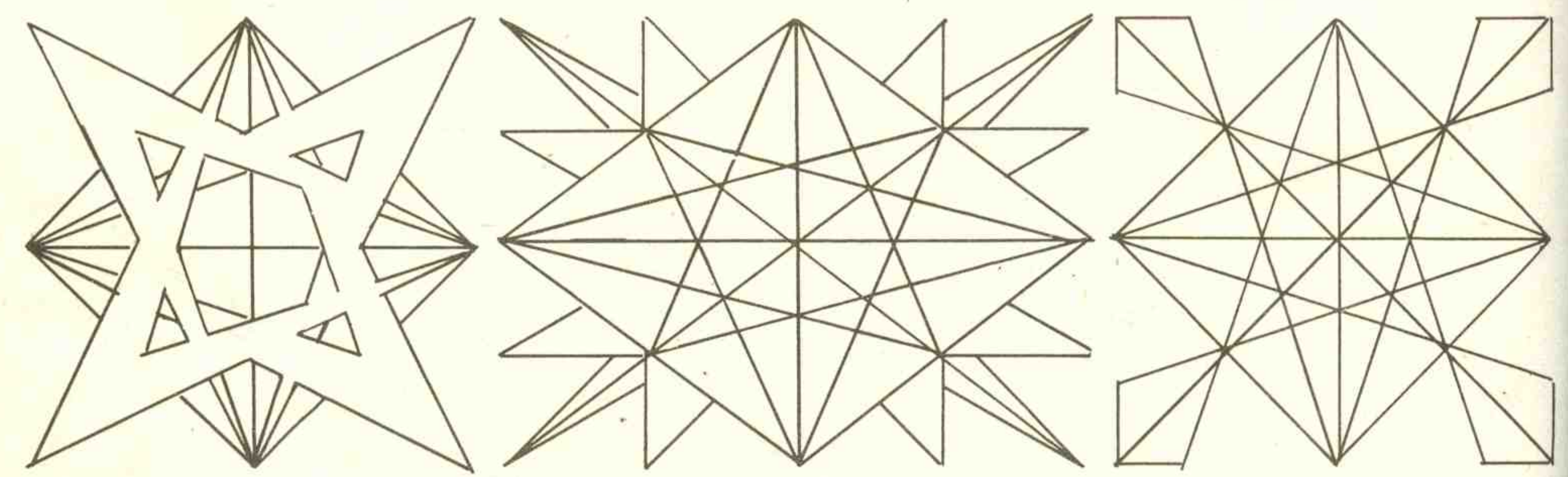


ESTA ES LA CLAVE DE LA SUBDIVISION FORMAL.

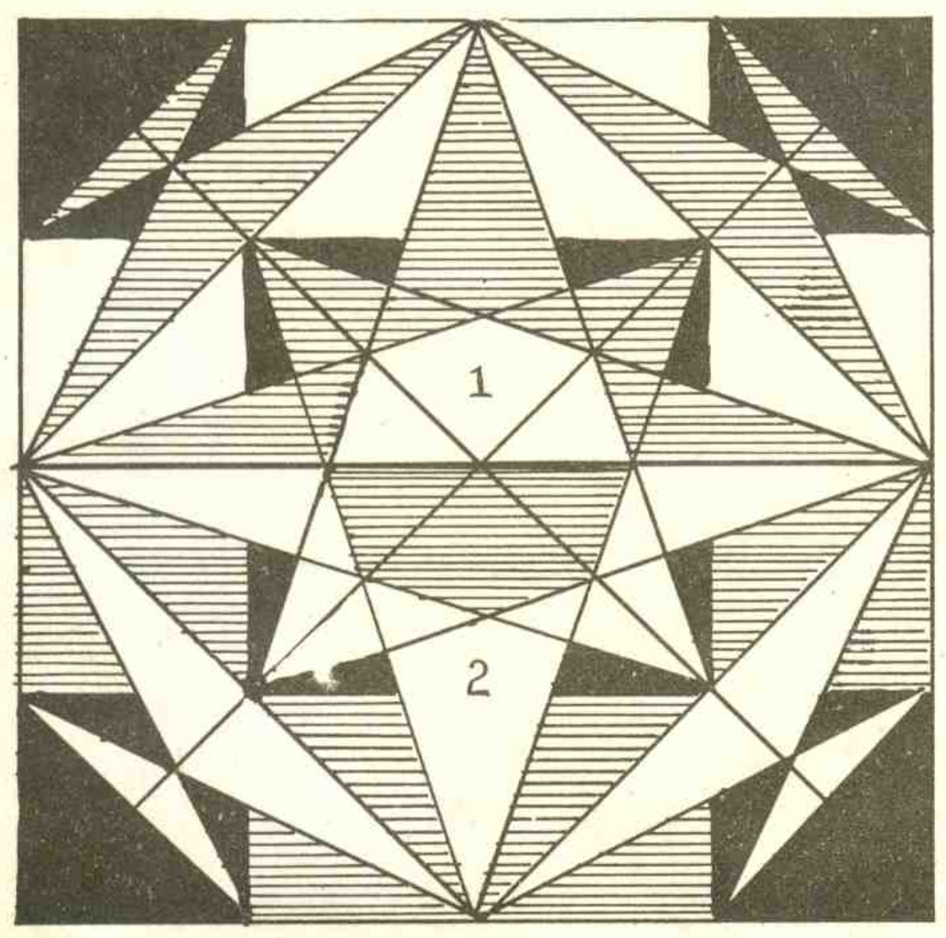


LAS DIAGONALES PUEDEN BISECAR CUALQUIER RECTANGULO.

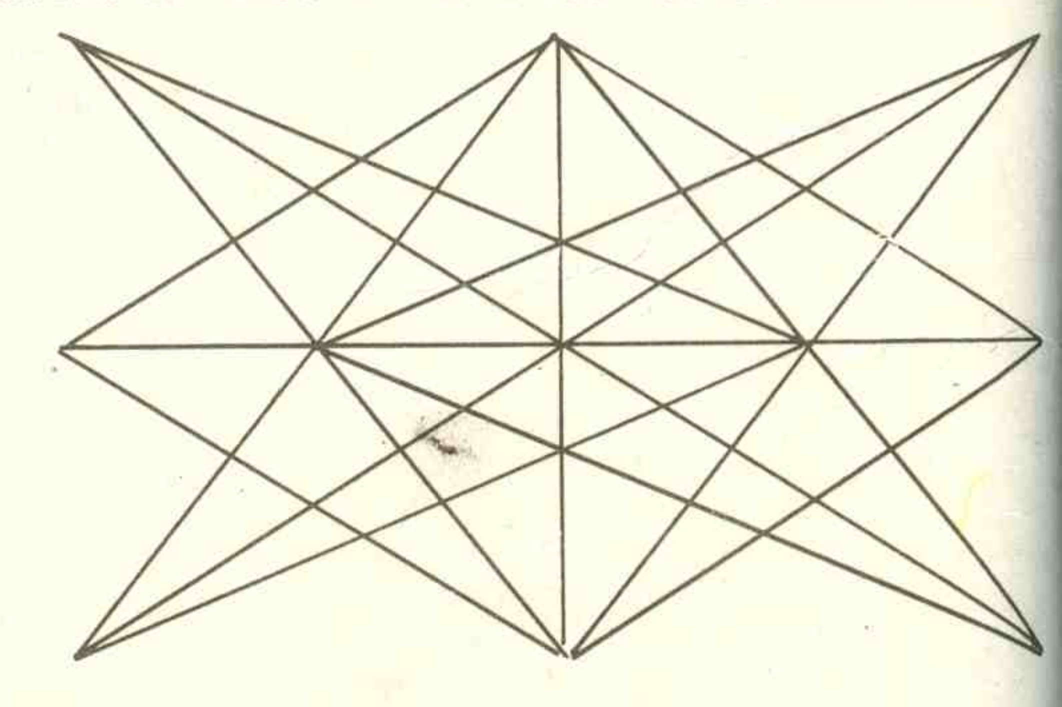
LA SUBDIVISION CON DIAGONALES, VERTICALES Y HORIZONTALES PRODUCE INNUMERABLES DISEÑOS. ENSAYADLA.



ELEGID LOS PUNTOS QUE QUERAIS, CUIDANDO DE REPETIR LA DIAGONAL ENTRE LOS PUNTOS SIMETRICOS.

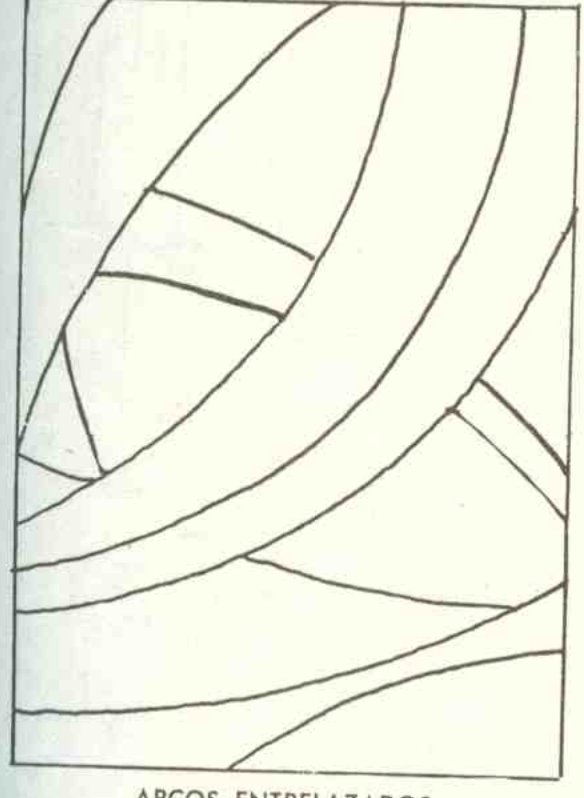


SI EL DIBUJO SE BASA EN UN DISEÑO LINEAL SUBYACENTE, PARTICIPARA DE SU UNIDAD.

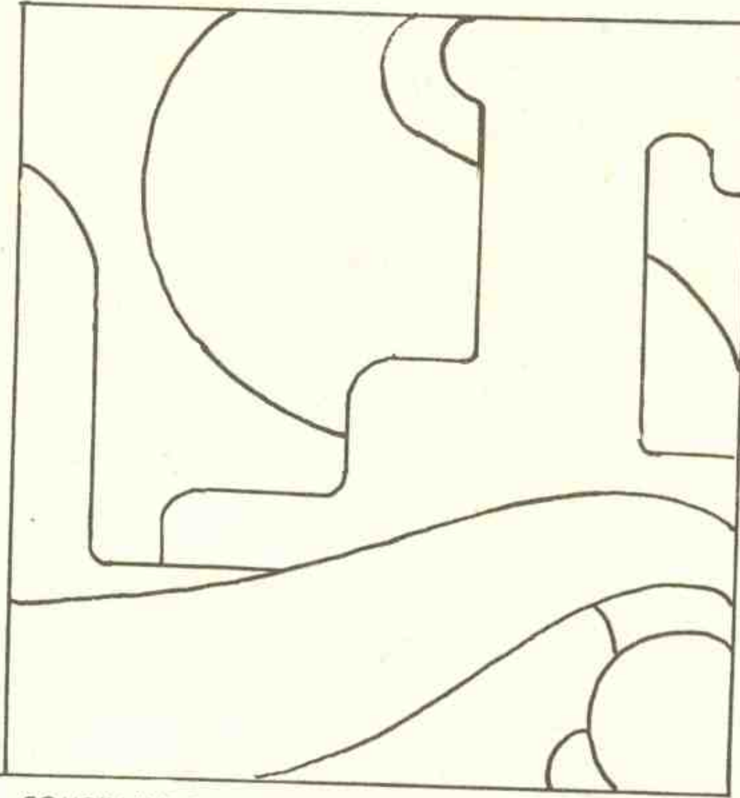


EL PROPOSITO DE ESTA PAGINA ES MOSTRAROS LA RELACION BASICA ENTRE LINEA Y DISEÑO. LA DIVISION DEL ESPACIO EN PARTES IGUALES PRODUCE EL DISEÑO "FORMAL". EL DISEÑO "INFORMAL" ESTA PRODUCIDO POR DIVISIONES DESIGUALES. LA COMPOSICION ES SIEMPRE UNA DE ESTAS DOS CLASES DE DISEÑO.

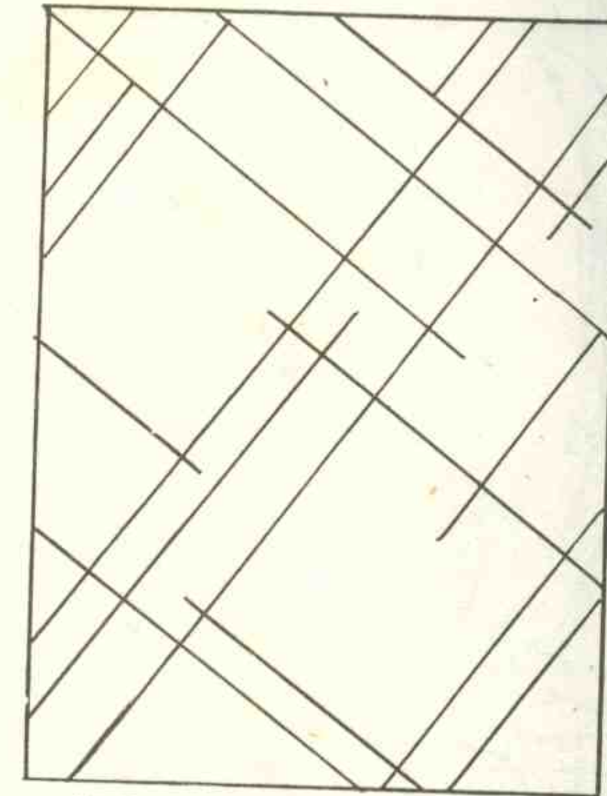
LA LINEA PRODUCE EL DISEÑO INFORMAL



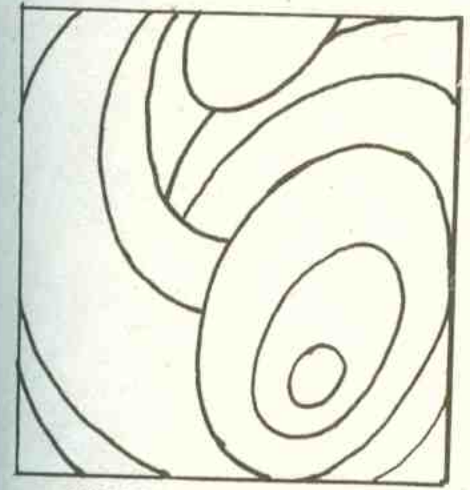
ARCOS ENTRELAZADOS



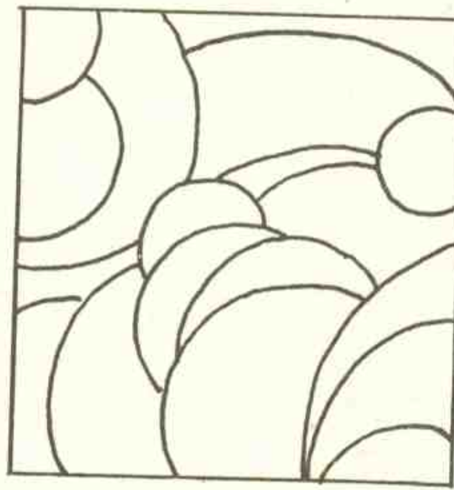
COMBINANDO HORIZONTALES Y PERPENDICULARES CON CURVAS



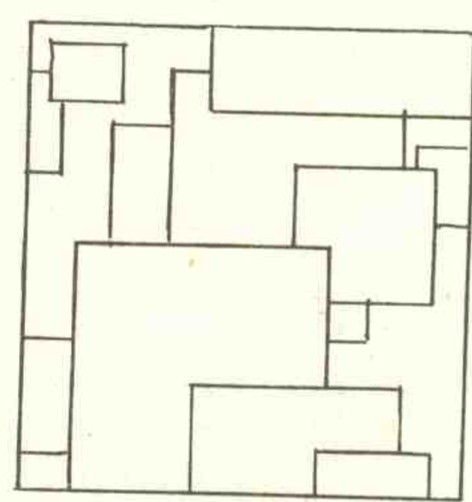
LINEAS OBLICUAS ENTRELAZADAS



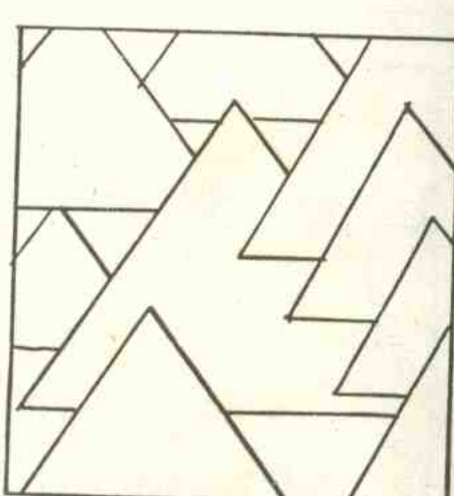
OVALOS SUPERPUESTOS



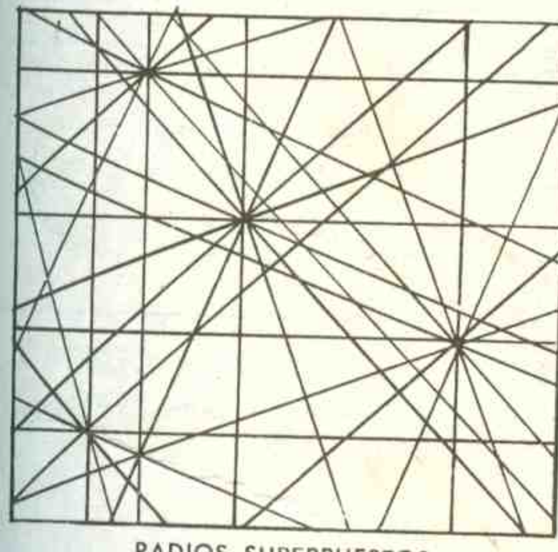
CIRCULOS SUPERPUESTOS



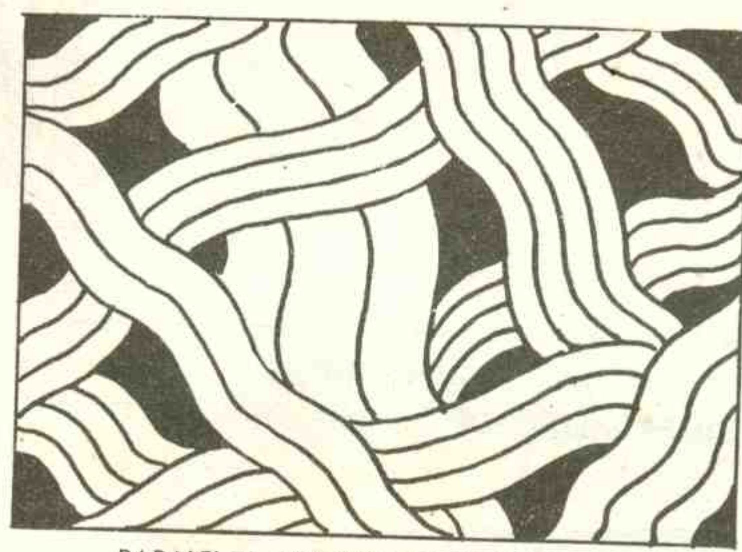
CUADRADOS SUPERPUESTOS



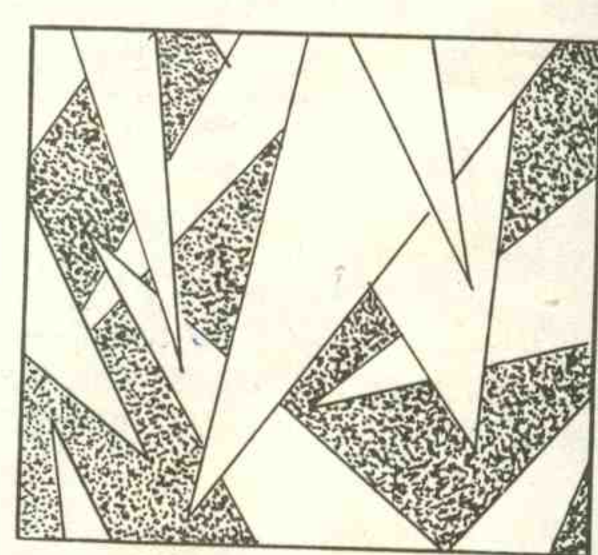
TRIANGULOS SUPERPUESTOS



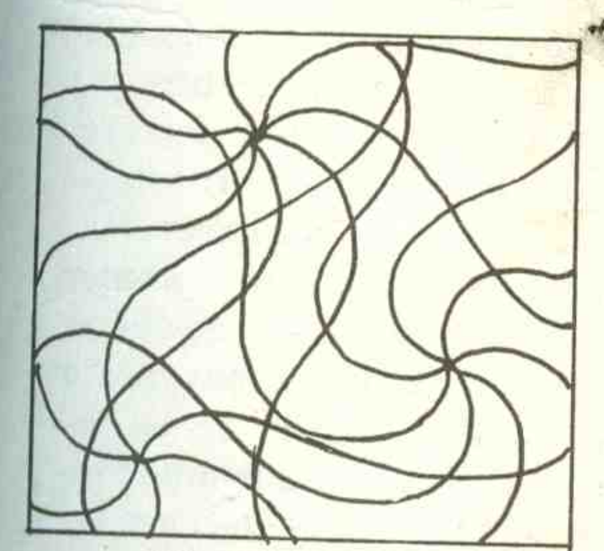
RADIOS SUPERPUESTOS



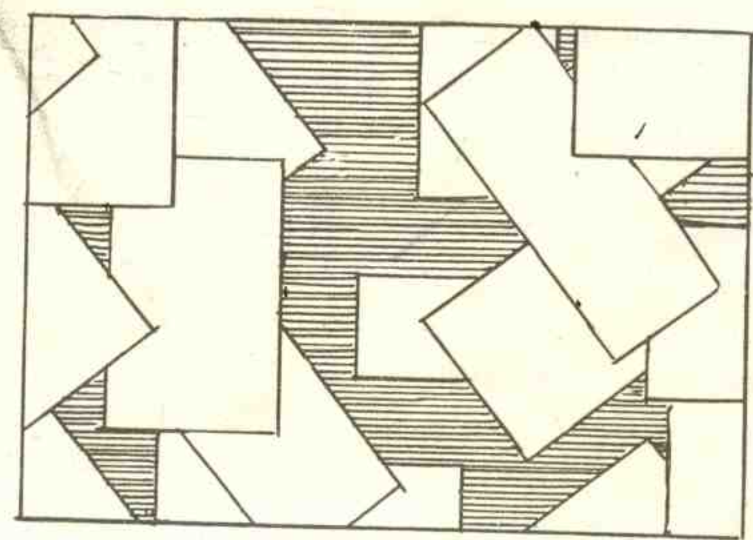
PARALELAS ONDULADAS SUPERPUESTAS



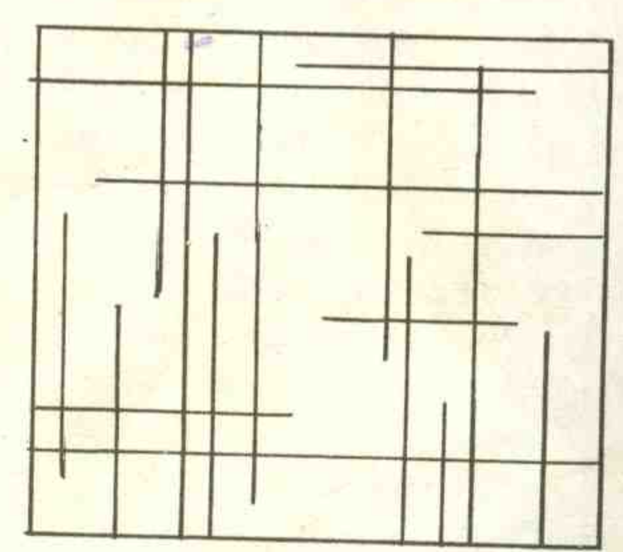
ANGULOS SUPERPUESTOS



ESPIRALES SUPERPUESTAS

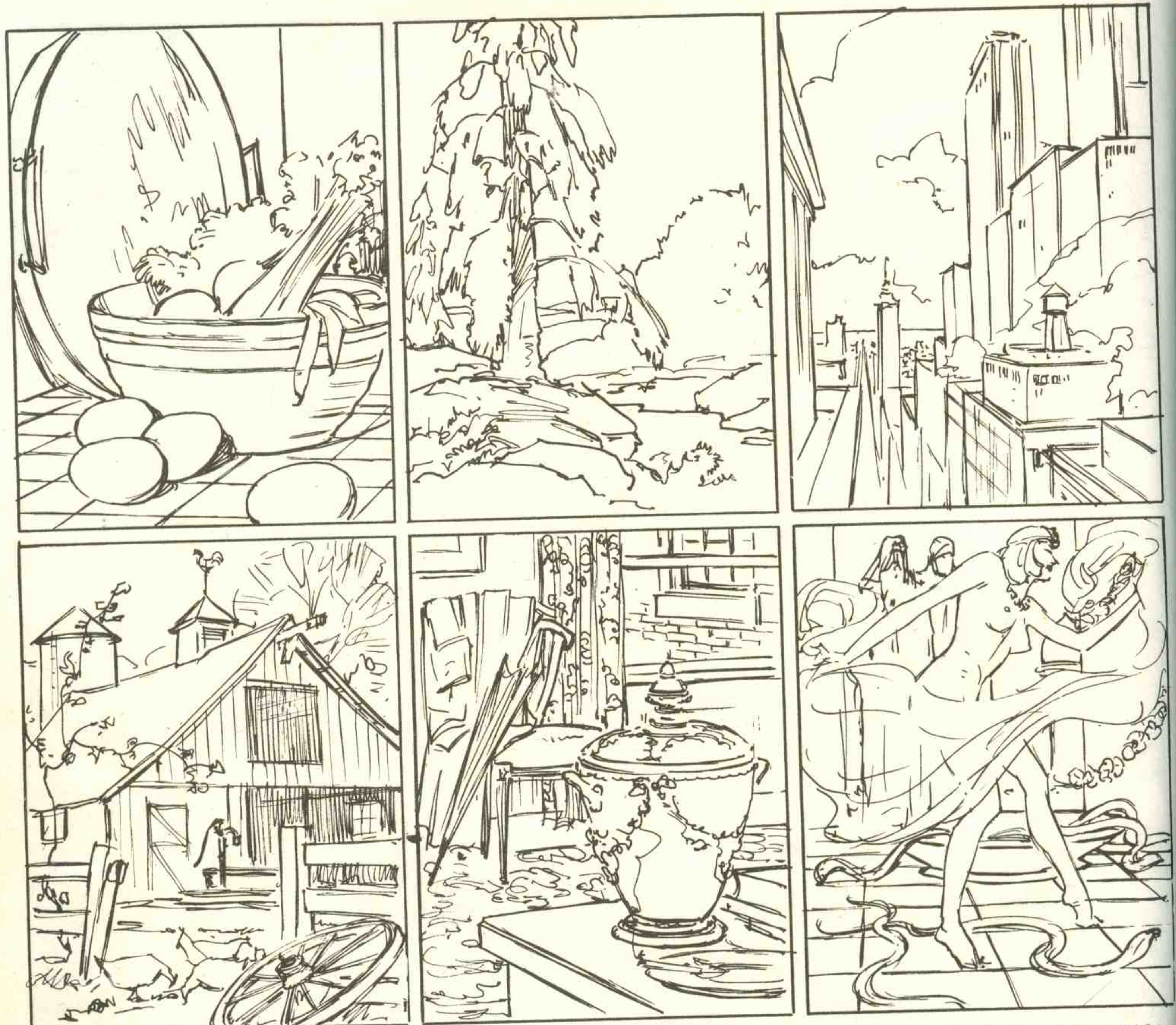


RECTANGULOS SUPERPUESTOS



HORIZONTALES Y PERPENDICULARES

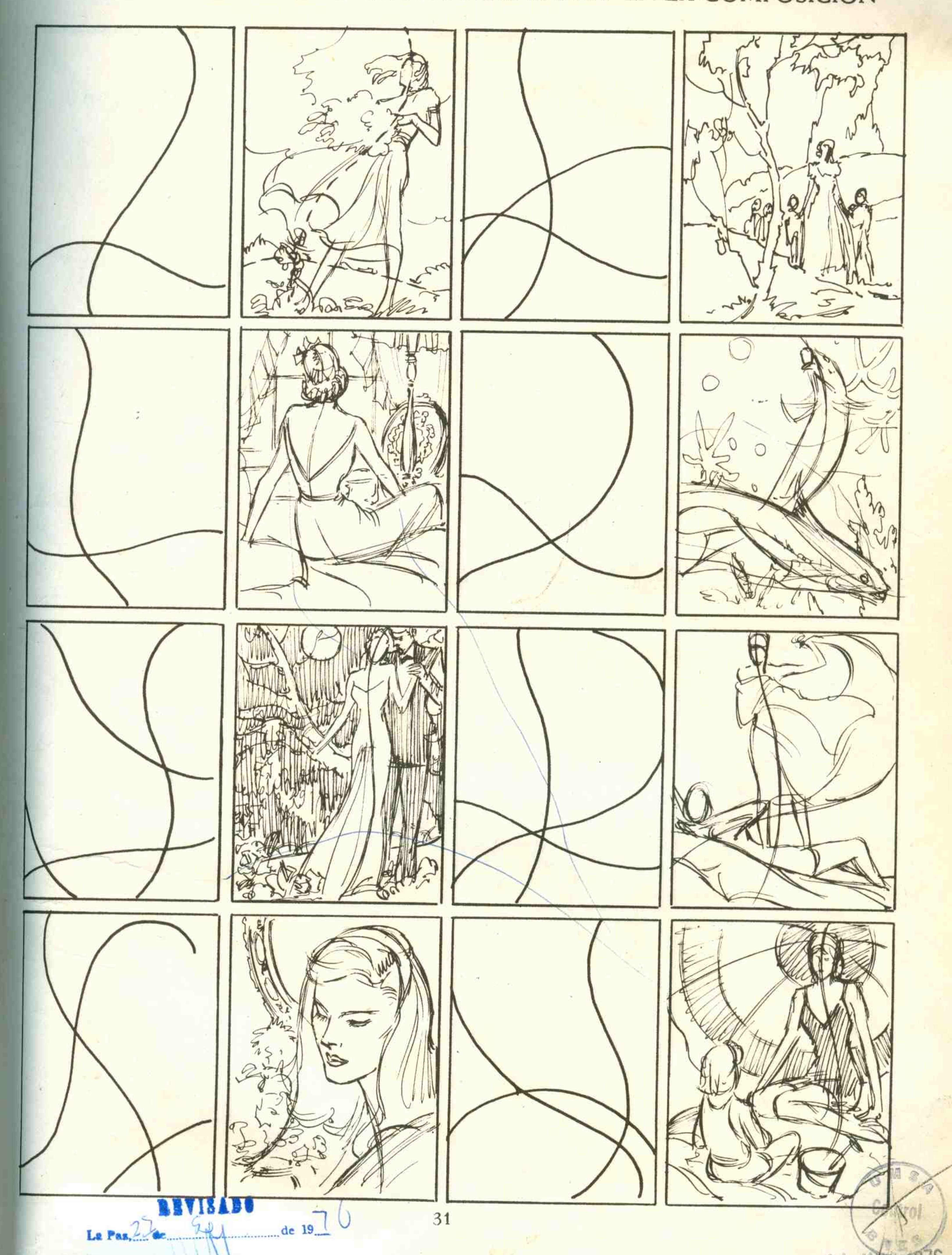
LINEAS Y AREAS SUPERPUESTAS: PRIMER PRINCIPIO DE COMPOSICION



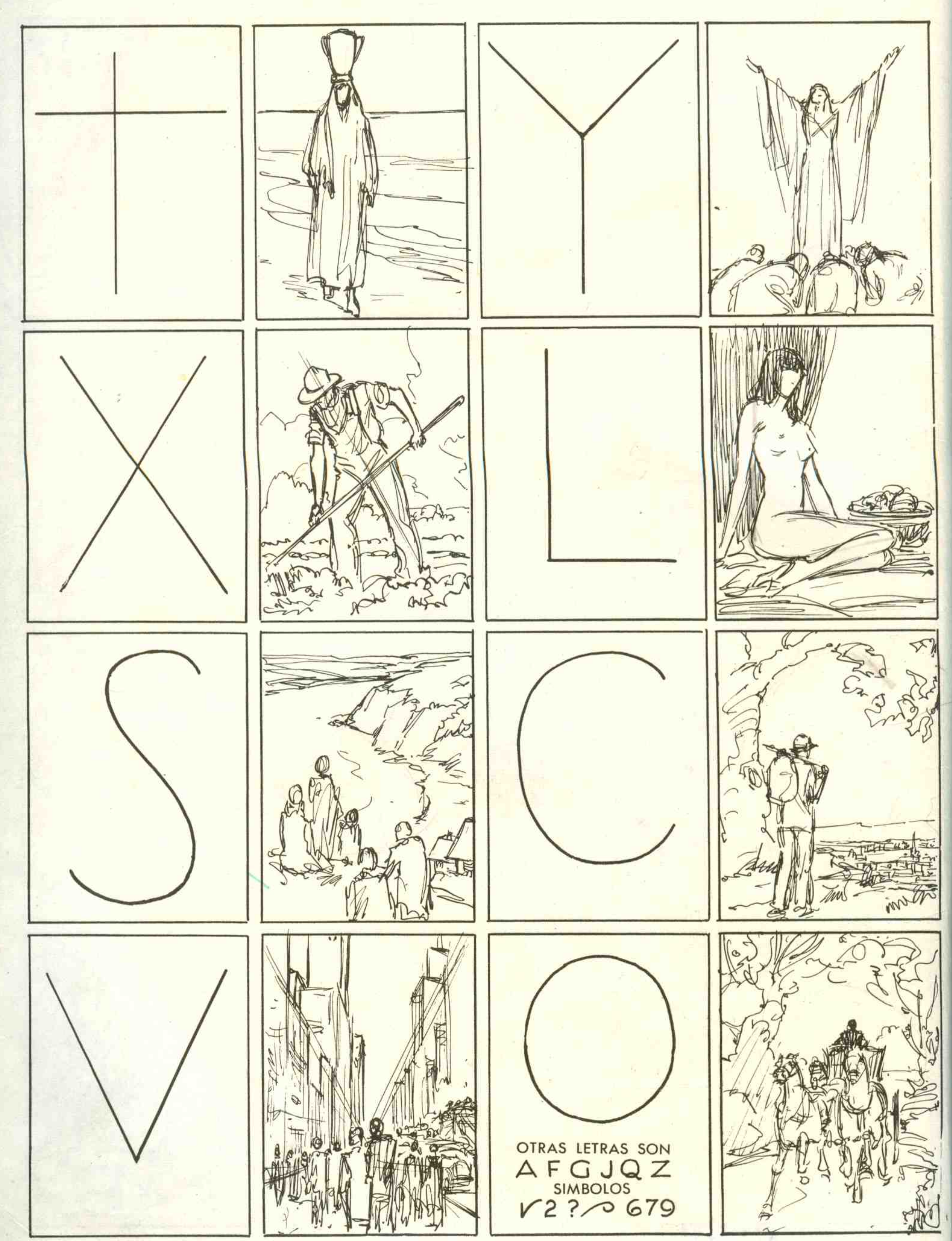
EL PRINCIPIO DE "AREAS, FORMAS Y CONTORNOS SUPERPUESTOS" ES LA BASE DE TODA CREACION PICTORICA. PUESTO QUE LA LINEA ES NUESTRO PRIMER MEDIO DE DEFINIRLOS, NOS OCUPAREMOS DE ELLA EN PRIMER TERMINO.

La naturaleza es un vasto panorama de contornos y espacios. Todo en ella es forma colocada dentro del espacio. Si cortamos una abertura rectangular en un pedazo de cartón y miramos por ella, la naturaleza se nos aparecerá como un cuadro. Dentro de los cuatro límites de la abertura el espacio estará dividido por espacios y contornos. A ese espaciamiento y distribución de contornos prestaremos ininterrumpida atención, porque es la base de todo aproche pictórico. El novato fotografía descuidadamente la naturaleza. El artista trata de arreglarla. Desde el punto de vista del artista casi todo es material pictórico, *puesto que son el diseño y la distribución lo que hacen al cuadro, prescindiendo del tema.* Practicad una abertura en un trozo de cartón, convirtiéndolo en un "buscador de cuadros". Con una abertura de tres por cuatro pulgadas será bastante. Mirad a través de ella. Anotad, en composiciones en miniatura, las combinaciones lineales que encontréis. Vuestro sentido de la distribución será el primer índice real de vuestra capacidad creadora. Caminad por los alrededores de vuestra casa o en los terrenos adyacentes provistos de un pequeño *block* de apuntes. No sigáis adelante hasta no haber realizado una o dos docenas de pequeños bosquejos.

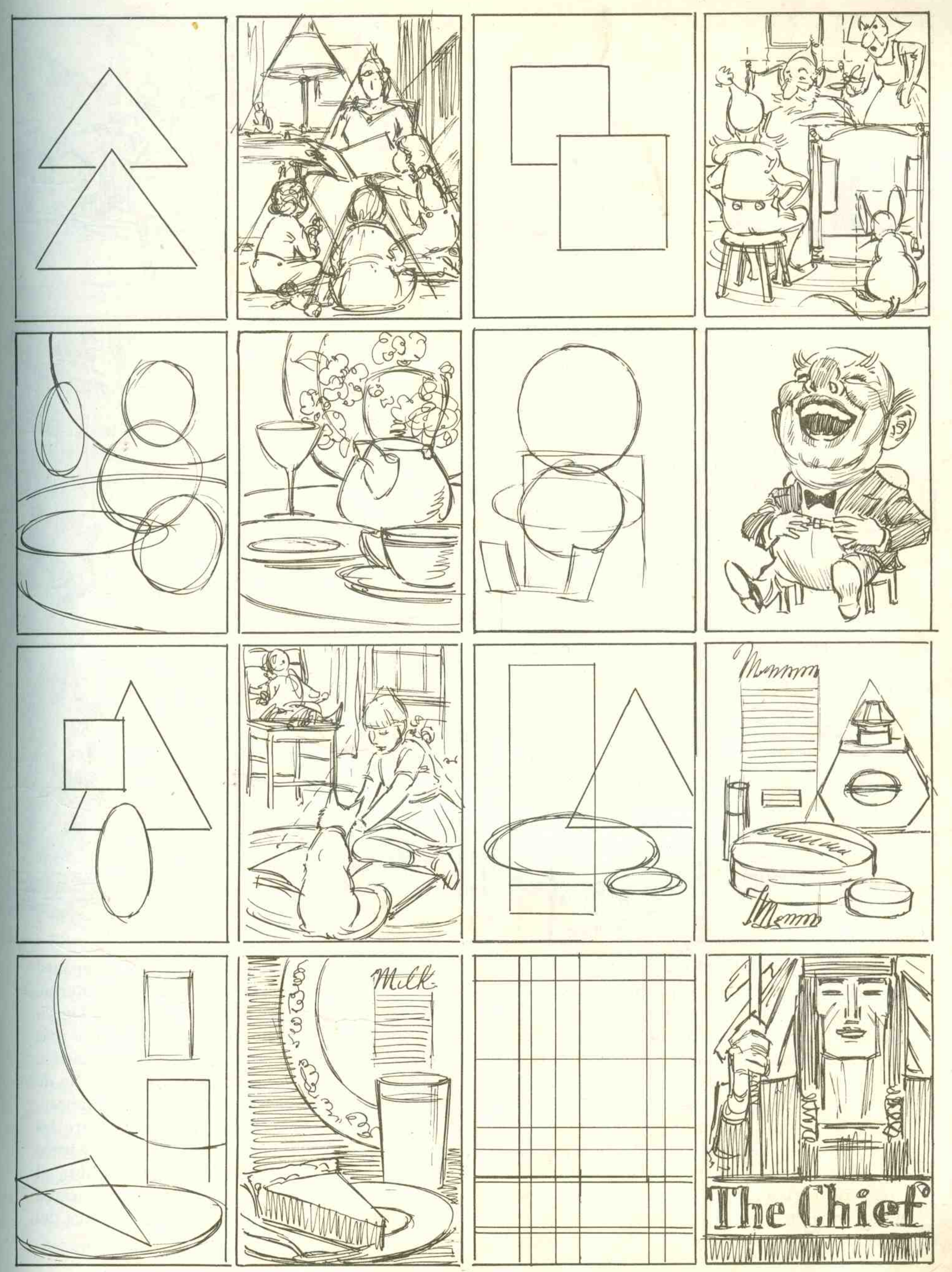
PRIMERA FUNCION DE "LA LINEA POR SI MISMA" EN LA COMPOSICION



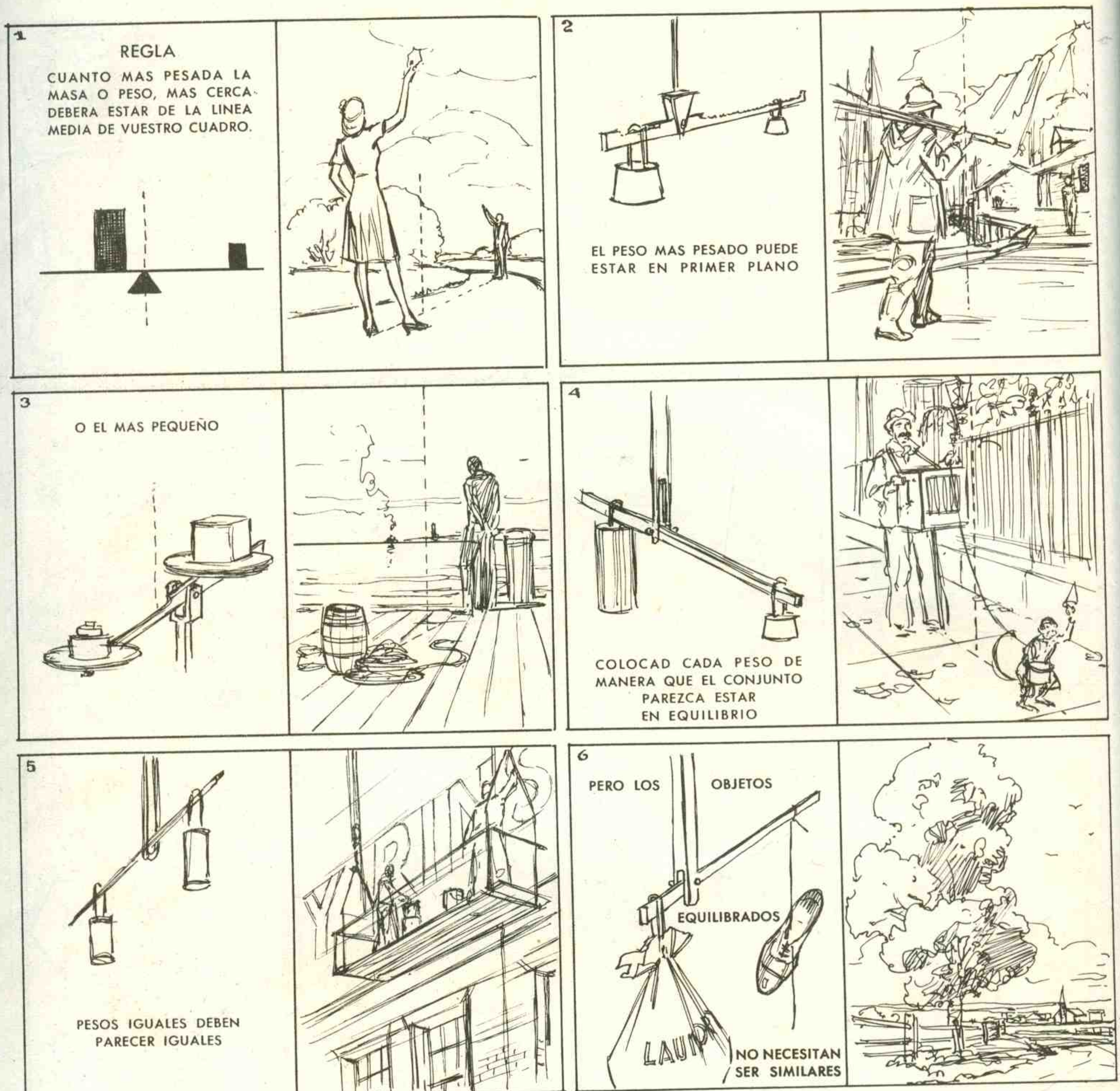
LA COMPOSICION PUEDE ESTAR BASADA EN LETRAS Y SIMBOLOS



LA COMPOSICION PUEDE ESTAR BASADA EN FORMAS GEOMETRICAS

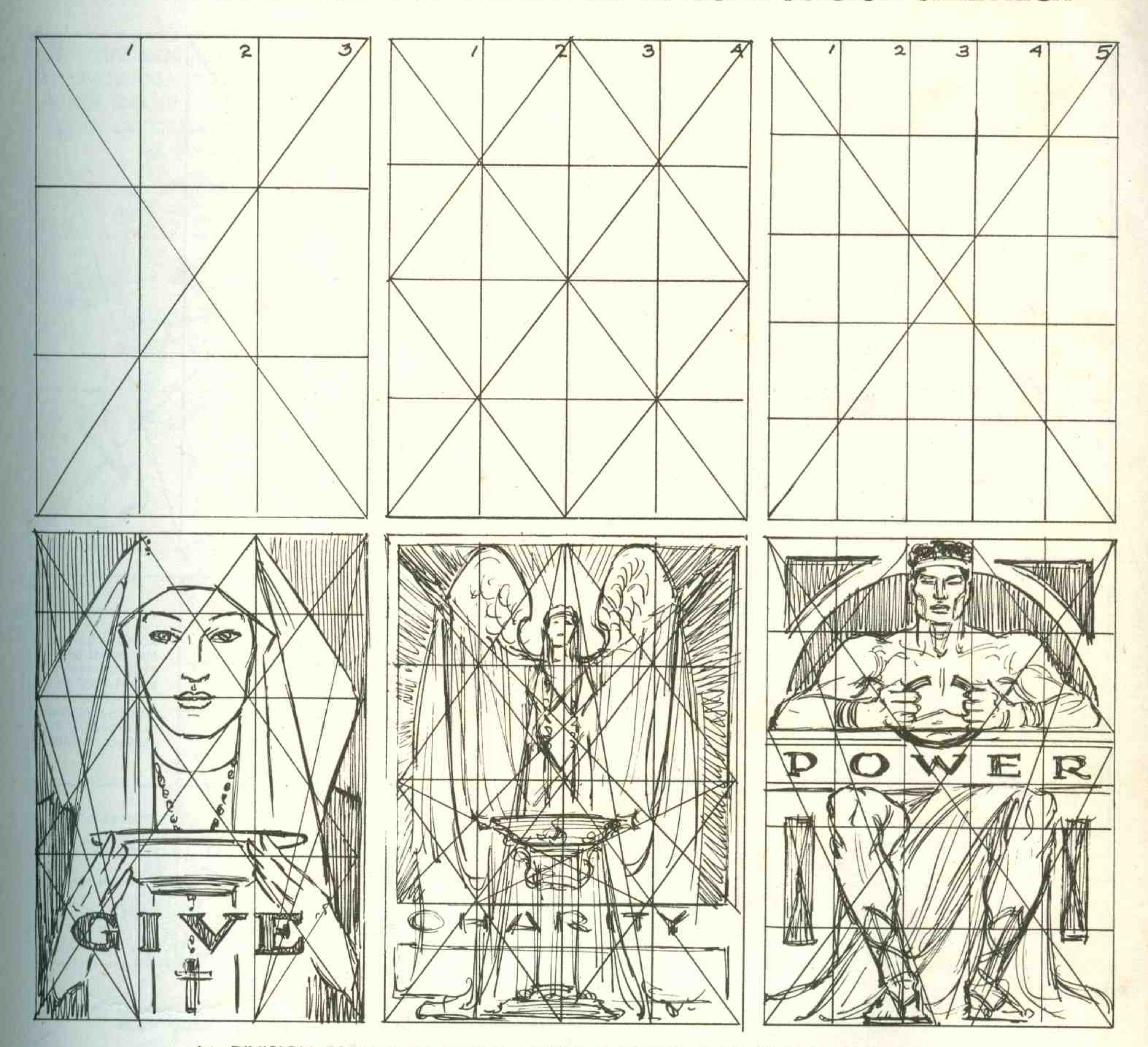


EL "PRINCIPIO DE LA PALANCA" APLICADO A LA COMPOSICION



Para ser agradable, el material de un cuadro necesita equilibrio. El equilibrio está trastrocado cuando experimentamos la sensación de que los límites del cuadro quedarían mejor si los cambiáramos, si añadiéramos o quitáramos espacio. Esta es la mejor guía que tenemos, pues no hay reglas infalibles de composición. Casi la única que podemos señalar es que debe darse la mayor variedad posible de espacios, y que dos espacios no deben ser iguales en forma o tamaño (salvo en las combinaciones estrictamente formales, en que todos los objetos están en relación de simetría con los del costado opuesto). Si dos formas son iguales, sobreponed una de ellas a la otra, para cambiar el contorno. La variedad da sabor a la composición. Logramos que un peso pequeño equilibre a otro más grande alejándolo del centro de la composición, del punto de apoyo, que es el punto medio de balanceamiento. En composición, balanceamiento es la sensación de equilibrio entre las masas de luz y sombra, o entre las áreas y pesos de dos objetos, uno de los cuales equilibra al otro. Cuanto más pesada la masa, más cerca del centro; cuanto más pequeña, más cerca del borde; éste es un buen axioma.

USAD LA SUBDIVISION FORMAL PARA LA COMPOSICION SIMETRICA

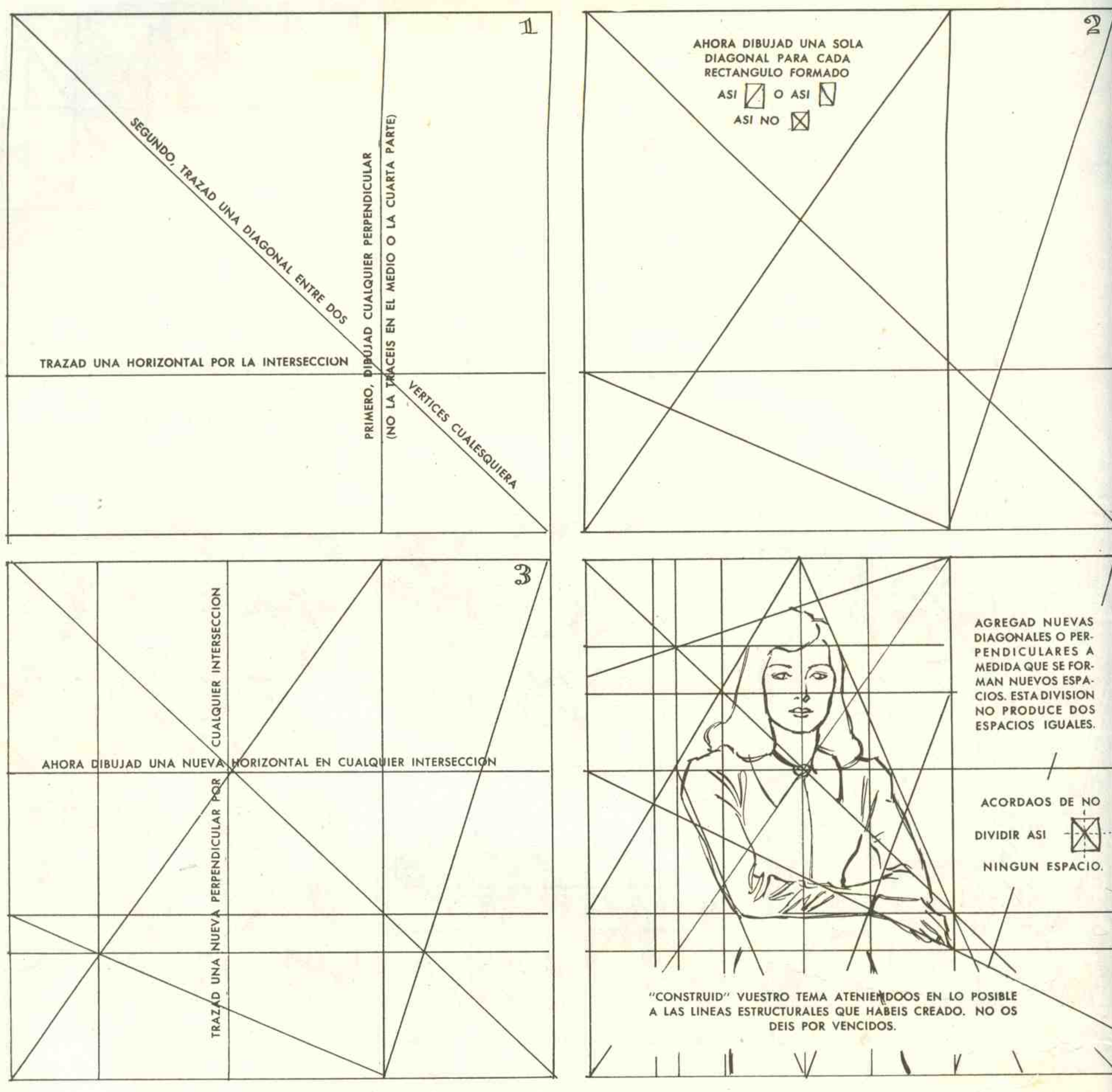


LA DIVISION FORMAL SE APLICA MEJOR A TEMAS RELIGIOSOS O SOLEMNES.

En ciertas oportunidades deseamos lograr una gran dignidad de composición. Puesto que el designio básico del Creador para la forma animada es la duplicación, como se observa en los dos costados del cuerpo humano, la composición basada en el mismo plan adquiere la misma dignidad. Esto no quiere decir que cada costado debe ser un duplicado exacto del otro, pero debe darse la sensación de una completa igualdad de unidades o masas, de líneas y espacios, de un lado y el otro. Las pinturas murales de los templos siguen invariablemente este plan. Puede usarse muy ventajosamente en temas simbólicos, llamados a la caridad, temas heroicos, o para sugerir paz y serenidad. El equilibrio formal era el único aproche en los primeros tiempos, y con él se han logrado grandes composiciones. Es ese diseño formal lo que principalmente presta tanta magnificencia a la obra de Miguel Angel, Rubens y Rafael.

La subdivisión formal también puede ser usada informalmente si uno es lo bastante capaz. En la página siguiente presento otro método, completamente distinto a la vez de la división formal como de la simetría dinámica, que nunca me han satisfecho tanto como este nuevo aproche; espero que os resulte de gran utilidad.

INTRODUCIENDO LA SUBDIVISION INFORMAL

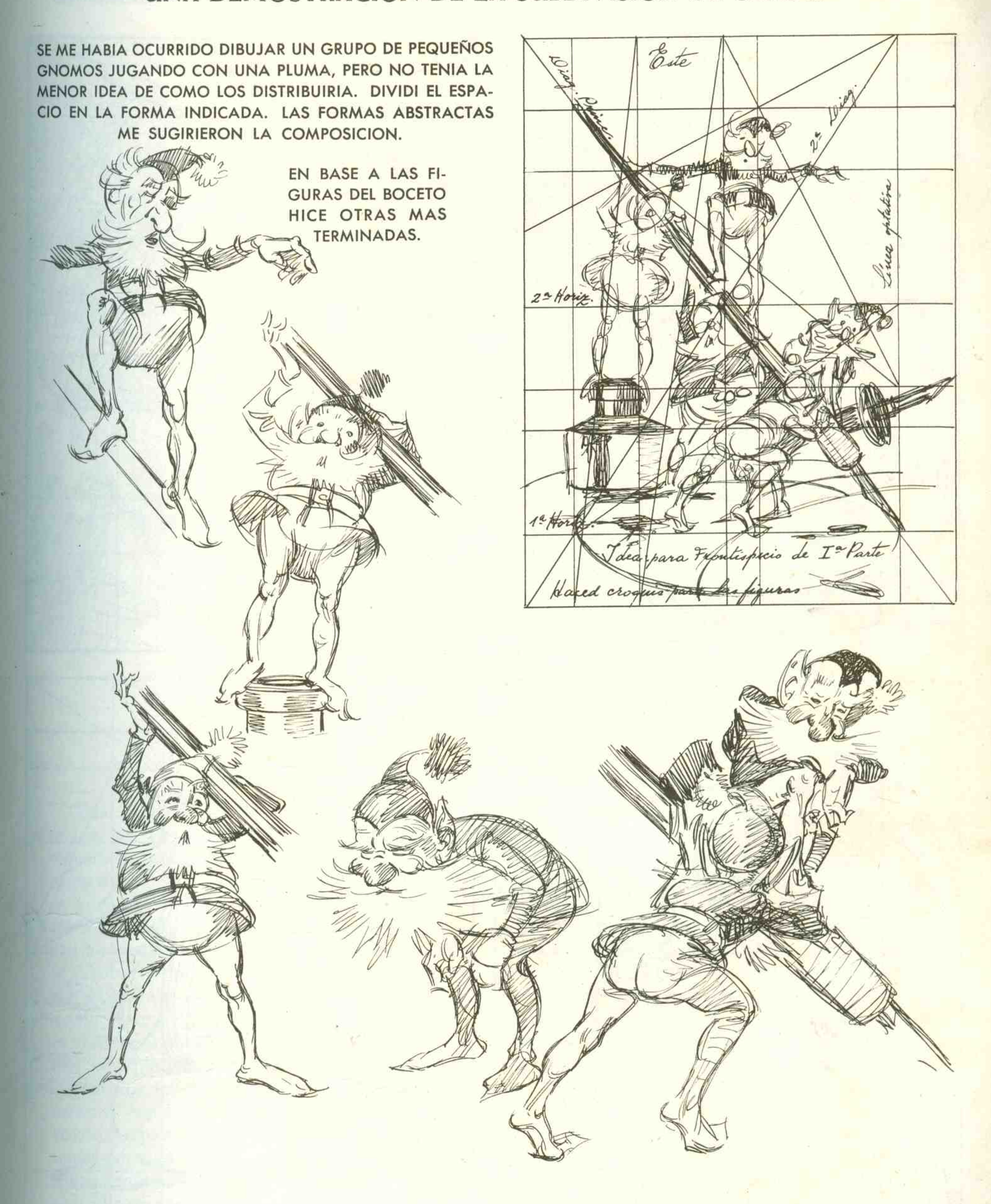


Este es un plan de subdivisión ideado por mí. Ofrece mayor libertad al artista. Estudiadlo. Os ayudará a dividir el espacio en una forma desigual que resulta muy interesante. Empezad por dividir el espacio total con una sola línea (opcional). Es preferible no trazar esta línea en la mitad, o a un tercio, o a un cuarto del espacio total. Después atravesad el espacio total con una diagonal, de un vértice a otro. En la intersección de la primera línea y la diagonal trazad una línea horizontal. Ahora trazad diagonales en cualquiera de los rectángulos resultantes, pero no más de una por cada rectángulo. Dos diagonales que se cruzaran en X dividirían el rectángulo en partes iguales, y no es esto lo que queremos. Ahora trazad horizontales o perpendiculares en cualquier intersección, obteniendo así nuevos rectángulos, que a su vez serán divididos por nuevas diagonales. De esta manera ninguno de los espacios resultantes será descompuesto dos veces de la misma manera. Este plan ofrece una gran cantidad de sugerencias para la colocación de figuras, espaciamiento y contornos; no habrá dos espacios iguales, salvo los que se forman a ambos lados de la primera diagonal. Si tenéis pensado algun tema, empezaréis ya a verlo desarrollado.

UNA DEMOSTRACION DE LA SUBDIVISION INFORMAL

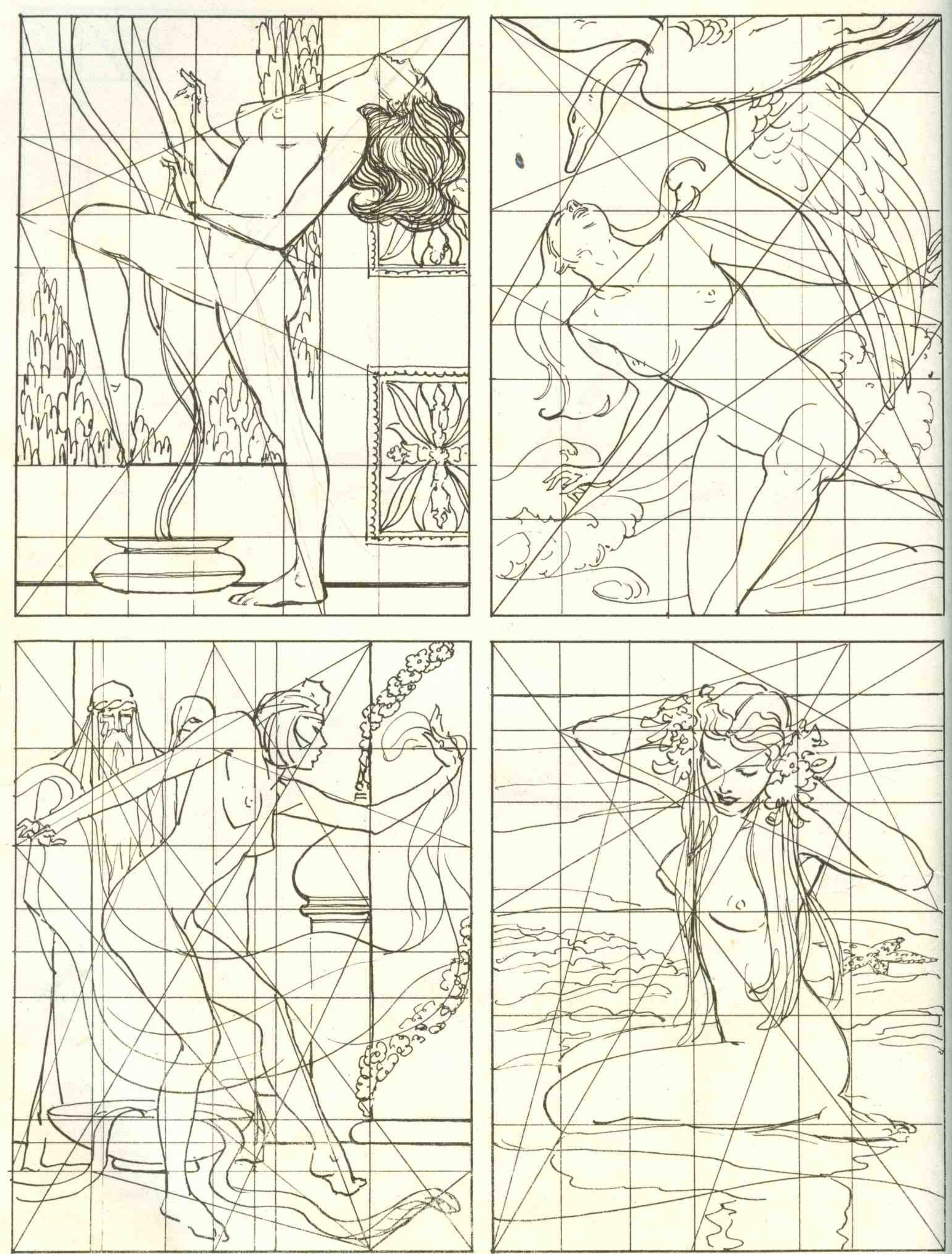
SE ME HABIA OCURRIDO DIBUJAR UN GRUPO DE PEQUEÑOS GNOMOS JUGANDO CON UNA PLUMA, PERO NO TENIA LA MENOR IDEA DE COMO LOS DISTRIBUIRIA. DIVIDI EL ESPACIO EN LA FORMA INDICADA. LAS FORMAS ABSTRACTAS ME SUGIRIERON LA COMPOSICION.

EN BASE A LAS FIGURAS DEL BOCETO HICE OTRAS MAS TERMINADAS.

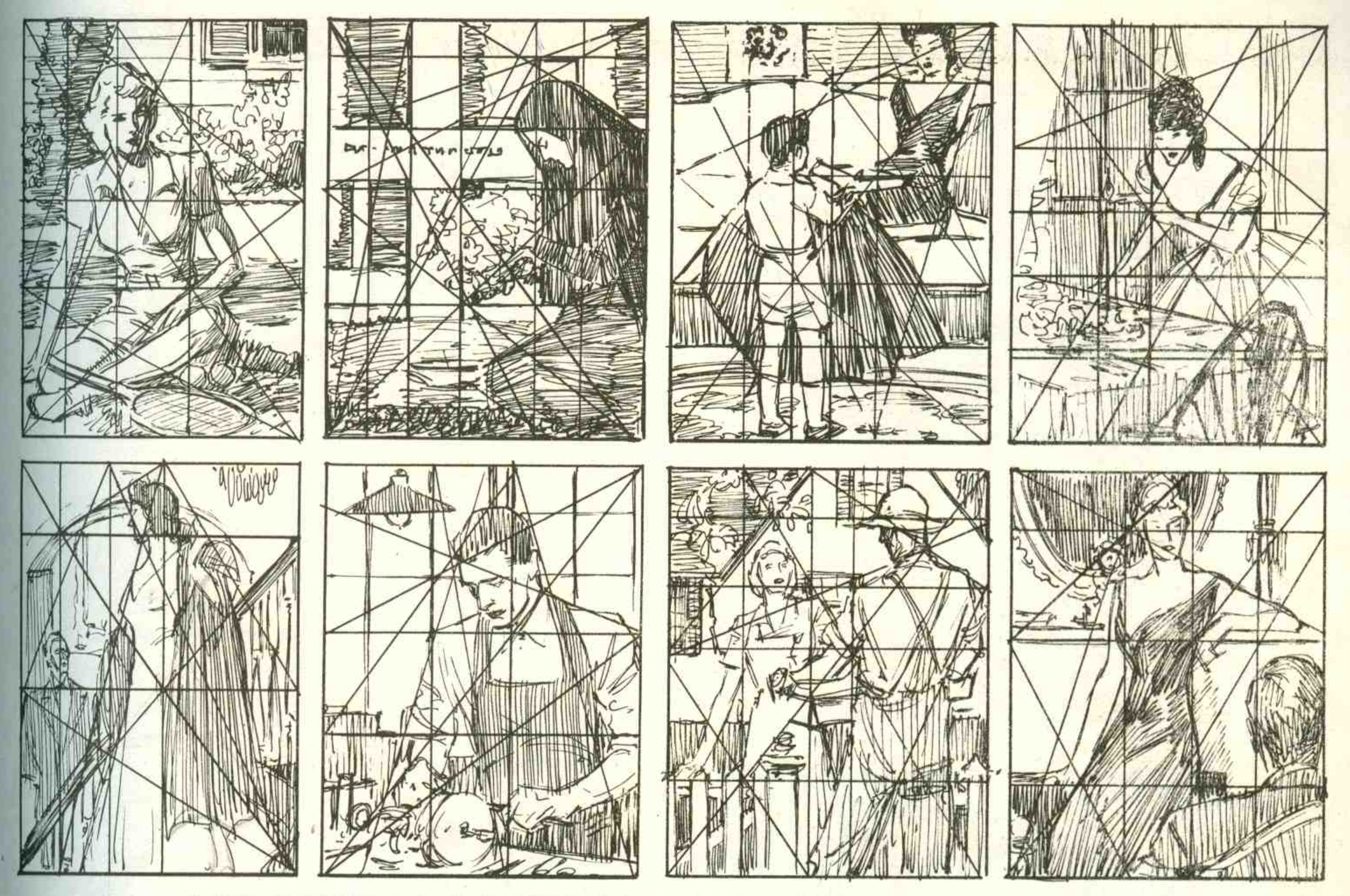


EL FRONTISPICIO DE LA PRIMERA PARTE FUE CREADO EN BASE A ESTE TRABAJO PRELIMINAR.

COMPOSICIONES DE FIGURA BASADAS EN LA SUBDIVISION INFORMAL



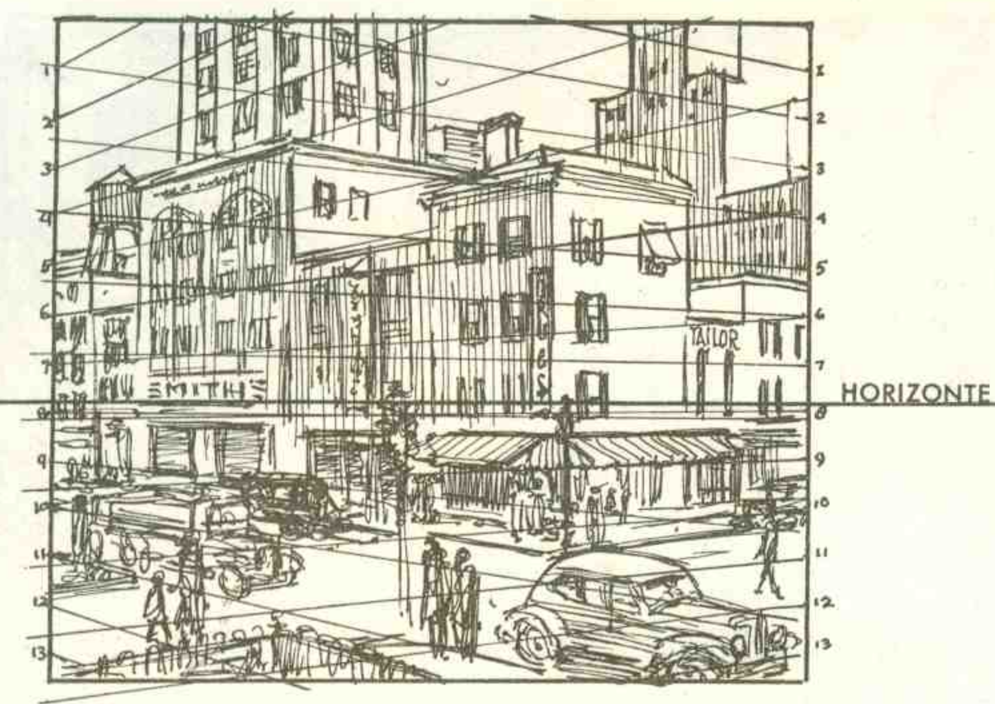
LA SUBDIVISION INFORMAL ES PURAMENTE CREATIVA, NO MECANICA



HACED BOCETOS. ESTAS DIVISIONES SUGIRIERON LOS TEMAS Y LA DISTRIBUCION.

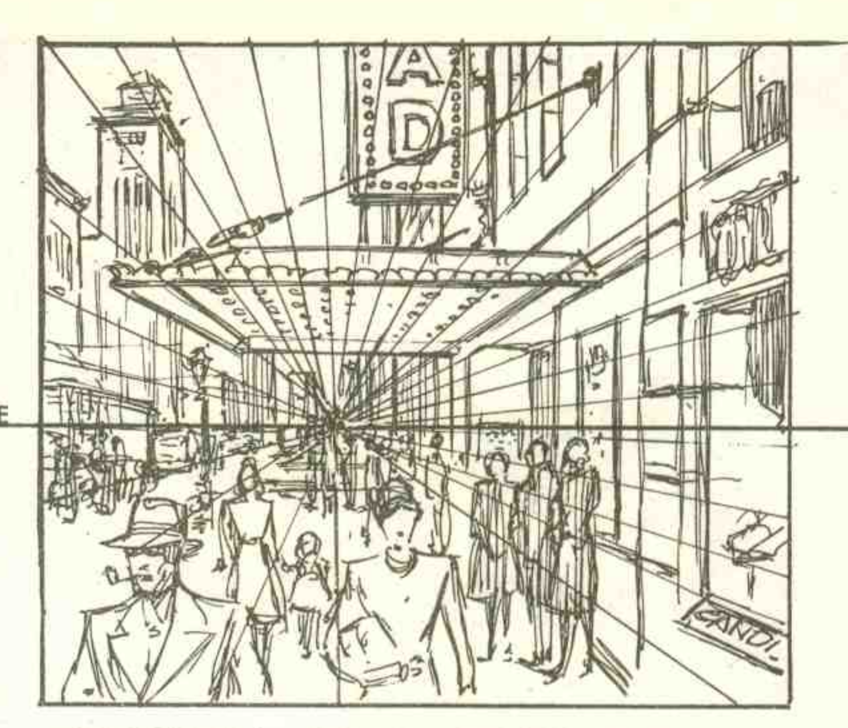
Como al dividir el espacio en la forma que se muestra en estas páginas, la selección desempeña un gran papel, y la inventiva el resto, el plan no puede menos de ser creador. Este es su mayor mérito, en comparación con las formas de subdivisión que os obligan a empezar con un arreglo formal, preestablecido. Al usar la subdivisión no formal, empezáis a inventar con el trazado de la primera línea. Esto os ayuda a vencer la sensación de vaciedad que os produce el papel en blanco cuando no tenéis una idea que poner en práctica. Esta es, puedo asegurarlo, la sensación que la mayoría de nosotros experimentamos, y es probable que vosotros sepáis ya lo que quiero decir. Si no tenéis pensado ningún tema, bien pronto esas líneas empezarán a sugeriros algo, como me ocurrió a mí con los pequeños dibujos de arriba. Al empezar no tenía la menor idea de cuáles serían los temas. Este método es inapreciable para desarrollar ideas, planes, pequeñas composiciones. A medida que se va desarrollando las ideas se las puede poner en práctica con modelos, recortes, etc. Al borrar las líneas subdivisorias resulta sorprendente ver cómo la composición "se sostiene" o conserva su equilibrio. Os sugiero que no paséis estas páginas sin hacer la prueba. A menudo este sistema me ha salvado el día, y debo admitir que en mi propio trabajo me encuentro con frecuencia tan paralizado imaginativamente que debo recurrir a él con alivio. Si bien no todas las composiciones de este libro están basadas en él, muchas, y en mi opinión las mejores, lo están. Sería interesante pintar cualquiera de las combinaciones halladas en esta página o las anteriores, y sólo desearía tener espacio para hacerlo. La mayoría de los artistas llegan, eventualmente, a adquirir el sentido de la composición, pero este recurso os servirá de ayuda y os pondrá en camino. Las líneas divisorias deben ser trazadas ligeramente para poder ser borradas con facilidad.

LINEAS DE GUIA DE LA PERSPECTIVA AYUDAN EN LA COMPOSICION



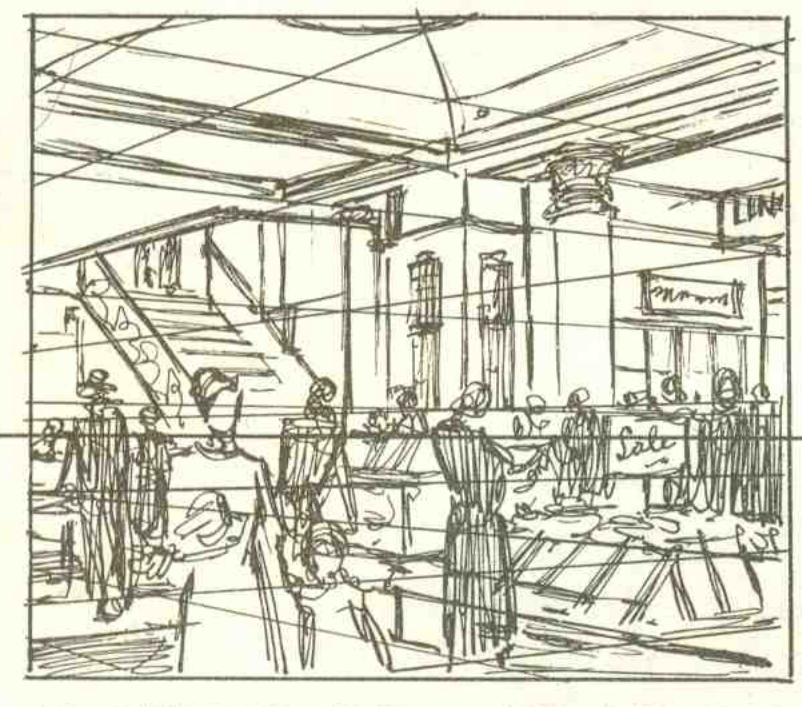
PERSPECTIVA CON DOS PUNTOS DE VISTA.

UN PROCEDIMIENTO RAPIDO DE COMPOSICION. MARCAD ESPACIOS IGUALES A CADA LADO. TRAZAD LINEAS A TRAVES DEL CUADRO HACIA LOS PUNTOS DE FUGA. AHORA PODEIS UTILIZAR VUESTRA VISTA, LLENANDO EL ESPACIO COMO DESEEIS.

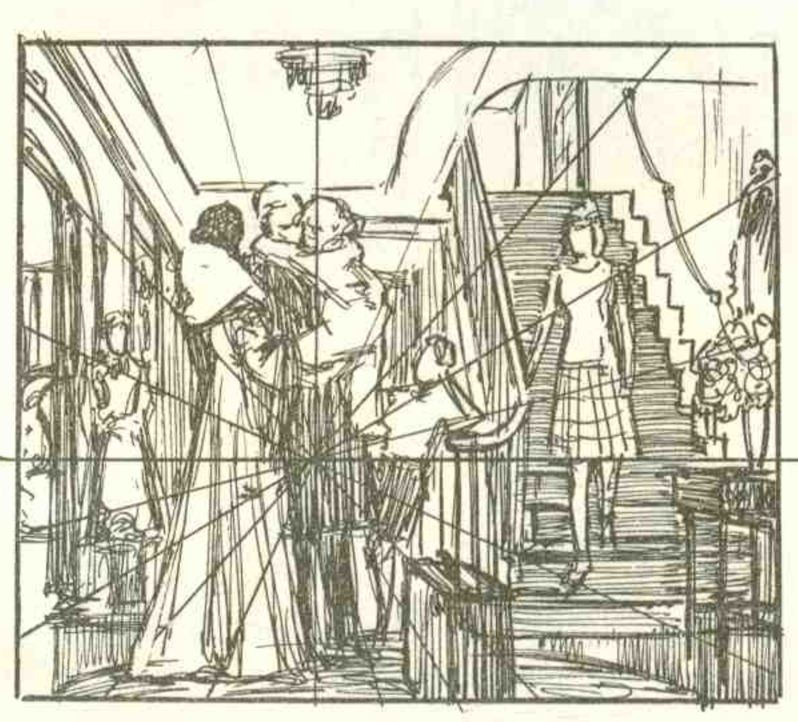


PERSPECTIVA CON UN PUNTO DE FUGA.

TOMAD UN PUNTO EN EL HORIZONTE. CON CENTRO EN ESE PUNTO TRAZAD RADIOS EN TODAS DIRECCIONES. AHORA PODEIS CONSTRUIR LO QUE QUERAIS SOBRE ESAS LINEAS. POR SUPUESTO, TENEIS QUE CONOCER PERSPECTIVA PARA HACERLO.

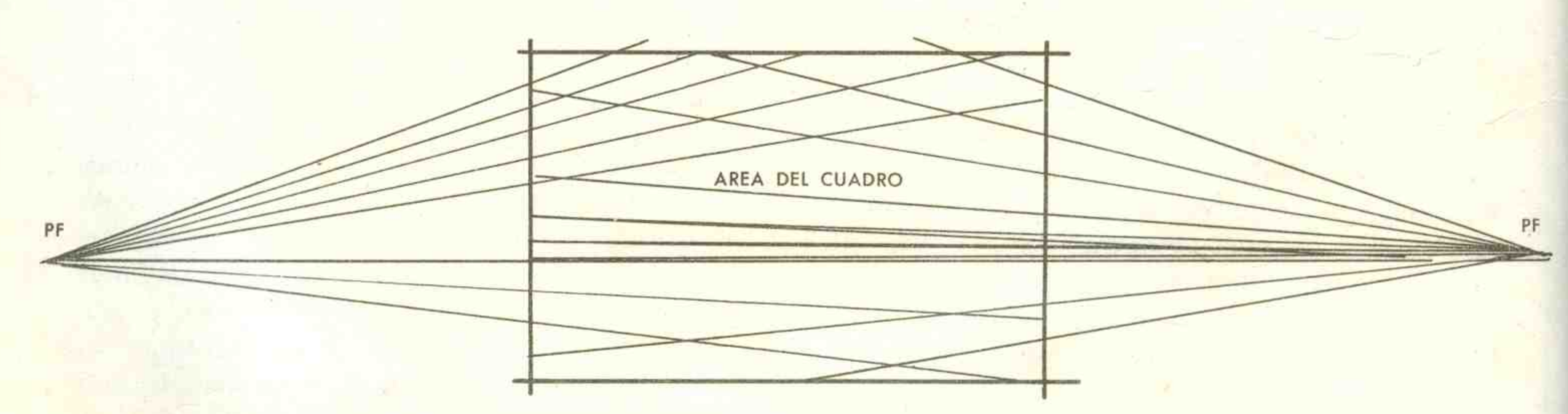


LO MISMO SE APLICA A LOS INTERIORES.



TAMBIEN UN PUNTO PARA INTERIORES.

LAS LINEAS DE PERSPECTIVA SON SIMPLES GUIAS PARA AYUDAR AL OJO.



PLANEAD VUESTRO CUADRO EN MINIATURA, DE ESTA MANERA. DESPUES PODREIS CUADRICULARLO PARA AMPLIARLO. YO USO MUCHO ESTE PLAN CUANDO QUIERO CAPTAR DE PRIMERA INTENCION UN TEMA DADO. ES UN PROCEDIMIENTO MUY PRACTICO. SI NO ENTENDEIS PERSPECTIVA, ES MEJOR QUE LA ESTUDIEIS. NO IREIS A NINGUNA PARTE SIN ELLA.

TODO LO QUE DIBUJAIS ESTA EN RELACION CON UN NIVEL VISUAL

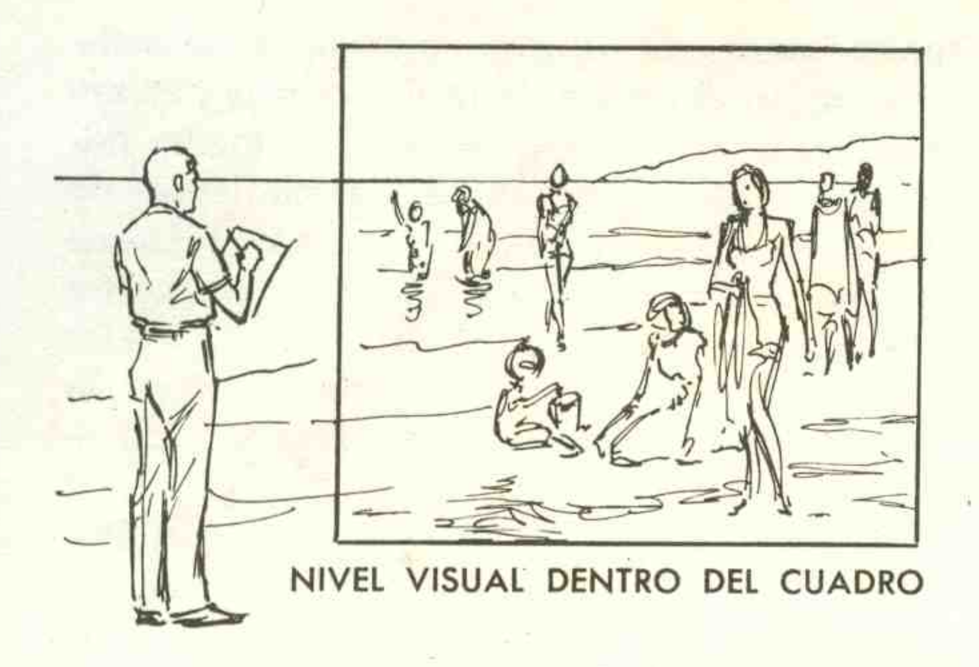
Es imposible dibujar correcta e inteligentemente sin tener en cuenta un punto de vista y un nivel de vista. El punto de vista es lo que en perspectiva se conoce con el nombre de punto de estación. Sin embargo, éste es en realidad el punto del plano de tierra en el que uno está parado. En arte, el punto de vista es el centro del campo de visión y no debe confundirse con los puntos de fuga. Si miramos rectamente a nivel de la vista, el punto de vista estará exactamente opuesto a un punto situado en el centro del horizonte. El horizonte es el nivel de vista. Imaginad una gran hoja de vidrio en forma de abanico, cuyo vértice esté en un punto situado inmediatamente detrás de vuestros ojos, y que se extienda al nivel de la vista hasta donde ésta abarque. Esta hoja de vidrio, en su totalidad, sería el horizonte del cuadro. Ningún cuadro puede tener más de un horizonte. De ahí se sigue que todas las líneas de frente, paralelas al plano de tierra, colocadas sobre el horizonte, deben bajar, pictóricamente, y terminar en el horizonte. De la misma manera todas las líneas colocadas bajo el horizonte y paralelas al plano de tierra deberán ascender hacia el horizonte. Nuestro punto de vista, pues, determina el horizonte.

Puesto que un cuadro puede no representar (y rara vez representa) todo el campo de visión, el horizonte puede cruzar el plano del cuadro, o estar sobre él, o debajo de él. Suponed que tenéis una foto, de gran tamaño, de un grupo de edificios. Sin cambiar el horizonte o las líneas de perspectiva, podéis escoger, para realizar vuestro cuadro, una pequeña sección de la fotografía. Pero sea cual fuere la parte que toméis, la relación con el nivel de vista original (o punto de vista de la cámara) es evidente. Vosotros o la cámara, enfocáis hacia abajo todo lo que está bajo el horizonte del cuadro, y hacia arriba lo que está por sobre él. Estando bajo el nivel de la vista o el horizonte del cuadro, todas las cosas muestran solamente su superficie superior. Sólo podemos mirar al interior de las cosas cuando el ojo está por sobre ellas. Las líneas curvas, como la de un cinturón que ciñe una cintura, deben curvarse hacia arriba cuando están bajo el horizonte, y hacia abajo cuando están sobre el horizonte. ¡Pero cuantas veces se descuida esta verdad! ¡Cuántas veces vemos cuellos u hombros dibujados sin tener en cuenta el nivel de la vista, o techos que bajan o ascienden, cuando debería ocurrir lo contrario! Debe hacerse constar aquí que un gran porcentaje de artistas abordan el campo de la ilustración y se dedican al arte comercial, lamentablemente faltos de los más elementales conocimientos de perspectiva. Esto se hace aún más evidente cuando el artista ha trabajado con dos recortes o fotografías distintos, cada uno de los cuales tiene distinto nivel de vista. Podéis tener la completa seguridad de que dos recortes difícilmente concordarán en este aspecto.

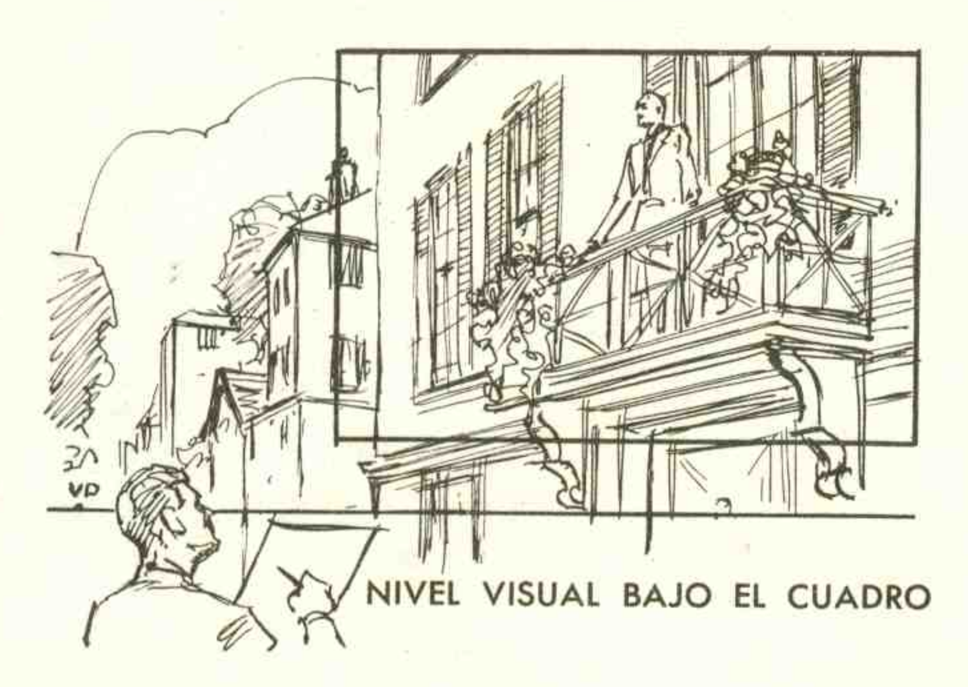
El artista debe comprender la perspectiva. Esta se encuentra en toda copia que utilice. Podéis empezar, por ejemplo, con la fotografía de un piano. El piano determinará el horizonte de vuestro cuadro. Pero después todo, incluyendo las figuras, deberá ser dibujado con el mismo nivel de vista. Debéis redibujar la perspectiva hasta que los puntos de fuga coincidan con el horizonte determinado por el piano. O bien, seleccionando una figura, podréis reajustar la perspectiva del piano hasta adecuarla a la figura. El mejor modo de lograr esto es hacer pequeños esbozos, de manera que puedan usarse amplios puntos de fuga. Después corregid y ampliad hasta obtener el tamaño más conveniente.

El aprendizaje de la perspectiva sólo exige una pequeña inversión en una librería y unas pocas tardes dedicadas a comprenderla de una vez por todas. No alcanzo a entender cómo un artista puede poner en peligro toda su producción y una vida de esfuerzos, por falta de semejante conocimiento. Por algún inexplicable motivo el hombre que no conoce perspectiva, imagina que ésta es mucho más difícil de lo que en realidad es. Como la anatomía, es una de esas cosas cuyo estudio el artista puede postergar indefinidamente, y sufrir a diario por ello. La perspectiva es parte de *toda forma, bajo cualquier condición, y no se la puede soslayar*. Afecta al trabajo que estáis por hacer, y a todos los que hagáis en lo sucesivo. Si estáis trabajando con la ayuda de una sola fotografía, ésta os dará por sí la perspectiva. Pero no podéis alterar o añadir un solo detalle a vuestra copia fotográfica a menos que comprendáis este principio del nivel de vista y punto de vista. Si no poseéis sólidos conocimientos de perspectiva, es imperioso que dejéis todo lo demás de lado y os pongáis a estudiarla en seguida. De lo contrario jamás podréis dibujar. (Hay tantos buenos textos de perspectiva que sería superfluo consagrarle más espacio aquí. Recurrid a vuestra librería.)

NIVEL VISUAL, NIVEL DE CAMARA Y HORIZONTE SIGNIFICAN LO MISMO

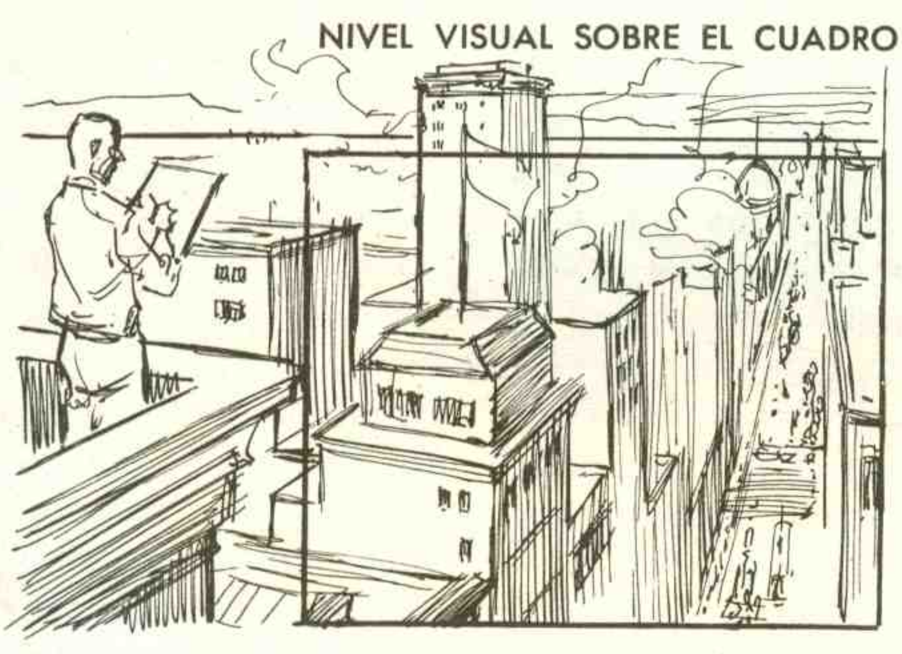


NIVEL VISUAL DENTRO DEL CUADRO

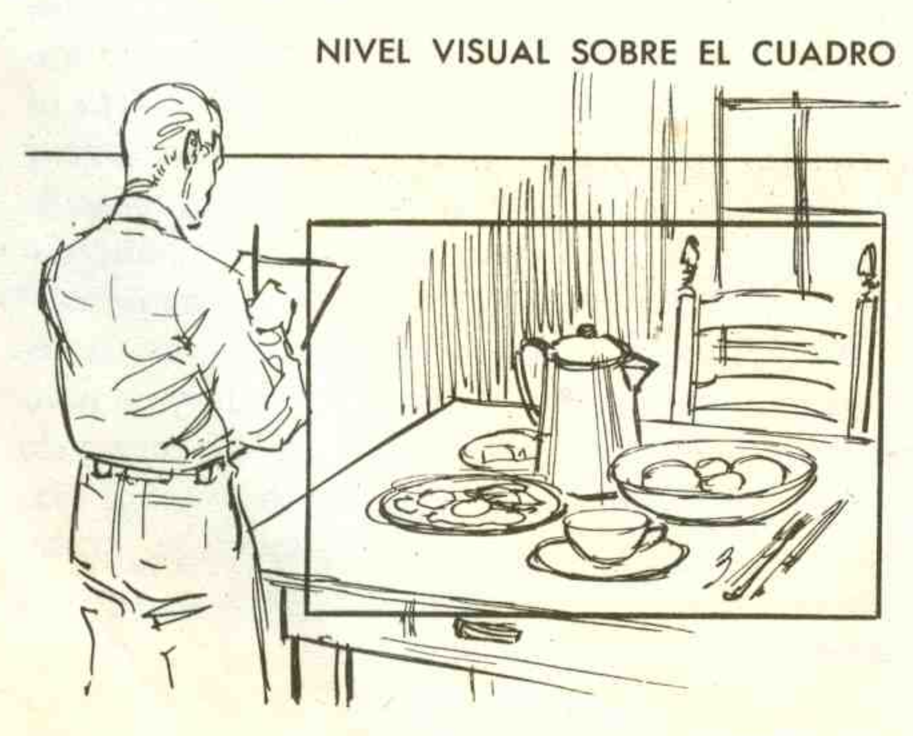


NIVEL VISUAL BAJO EL CUADRO

NIVEL VISUAL SOBRE EL CUADRO



NIVEL VISUAL SOBRE EL CUADRO



La perspectiva es el medio primero y principal de dar la sensación de espacio, y de pintar el aspecto natural o normal de las cosas dentro del plano liso del cuadro. Y si el arte moderno prefiere prescindir de ella, también debe sufrir las consecuencias de la respuesta negativa que encuentra por culpa de esa prescindencia. Pero en la ilustración no podemos ignorarla si queremos que nuestro trabajo tenga convicción y realidad.

Es fácil determinar el horizonte de una copia cualquiera. No hay más que prolongar las líneas de fuga hasta que se encuentren en un punto. Estas líneas, por supuesto, deben ser paralelas al plano de tierra, como dos tablas de un piso, dos líneas de un techo, dos costados paralelos de una mesa, o las líneas superior e inferior de una puerta o ventana. El punto en que esas líneas se encuentren estará en el horizonte. Trazad una línea horizontal por ese punto, y ése será vuestro horizonte. Una vez hecho esto, observad dónde corta a una figura cualquiera. Exactamente a la misma altura a que corte a esa figura, ya sea a la altura de la cintura, el pecho o la cabeza, deberá cortar a todas las demás. Todas las unidades que añadáis *deberán tener sus puntos de fuga en el mismo horizonte.* Suponed que tenéis una copia fotográfica de un interior. Encontrando el horizonte podréis calcular la altura de la cámara. Ajustando con este nivel de cámara la figura que deseéis dibujar dentro de ese mismo interior, lograréis dar a la figura su adecuada perspectiva. Por lo general se hace funcionar la cámara al nivel del pecho; verificad si el horizonte corta a las figuras en el lugar apropiado. Este es prácticamente el único sistema de insertar correctamente las figuras, de manera que todas ellas parezcan apoyadas sobre el mismo piso.

Otra ventaja más: si sabéis de antemano a qué altura sobre el piso aparece el horizonte en la copia que tratáis de realizar, podéis ajustar vuestra cámara a esa altura al sacar fotografías de los modelos que pensáis usar en el cuadro. No podéis fotografiar desde cualquier nivel y hacer que el resultado se ajuste a vuestra copia.

Al redibujar la copia para adaptarla a un nuevo nivel de vista, encontrad primero en ella una medida conocida. El asiento de una silla, por ejemplo, está a unas dieciocho pulgadas del piso. Trazad una perpendicular en la esquina de la silla y medidla en pies. Después podéis tomar cualquier punto en el plano de

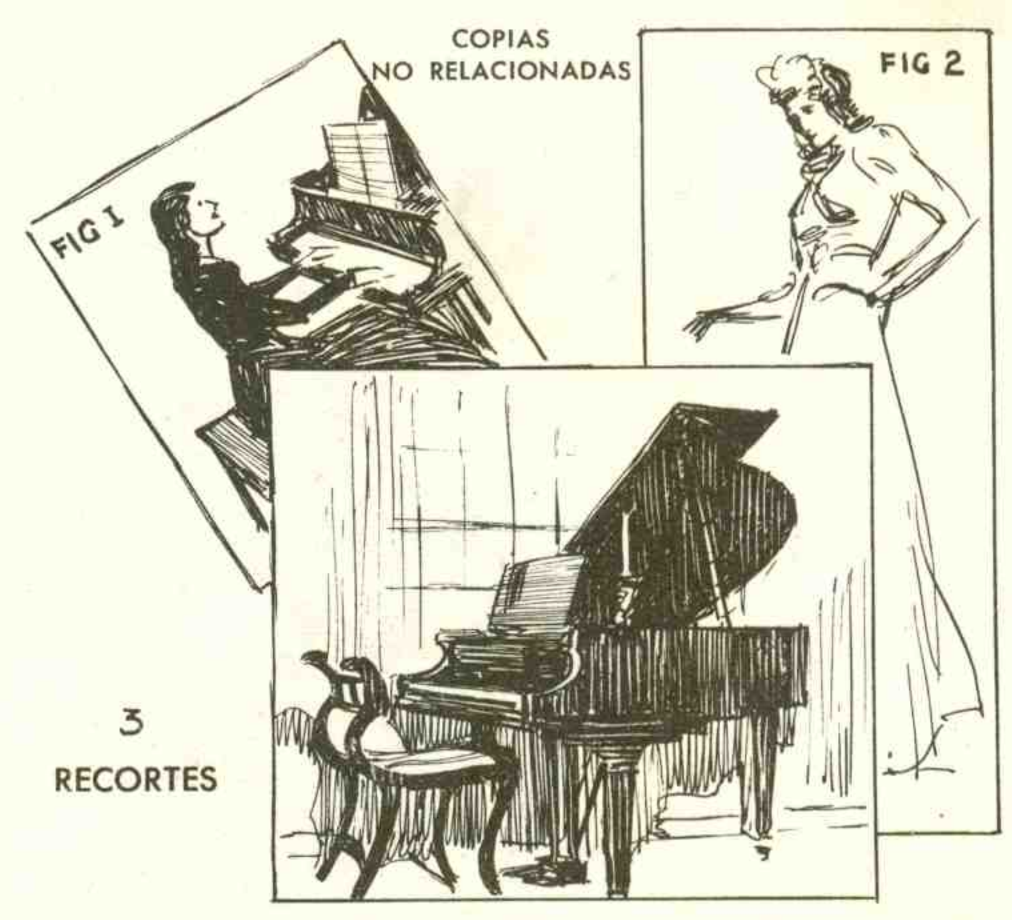
ENCONTRAD EL NIVEL VISUAL Y HACED QUE LAS FIGURAS COINCIDAN

tierra. La perpendicular hace las veces de línea de medición para las verticales. Trazad una línea en el extremo inferior de la perpendicular, a través del punto elegido sobre el plano de tierra, hasta el horizonte. Después trazad otra línea desde el horizonte hasta la línea de medición, a la altura deseada. En el punto elegido elevad una perpendicular, y la altura equivalente queda así transportada al lugar que deseáis. Este es exactamente el mismo principio de colocación de figuras sobre un plano de tierra.

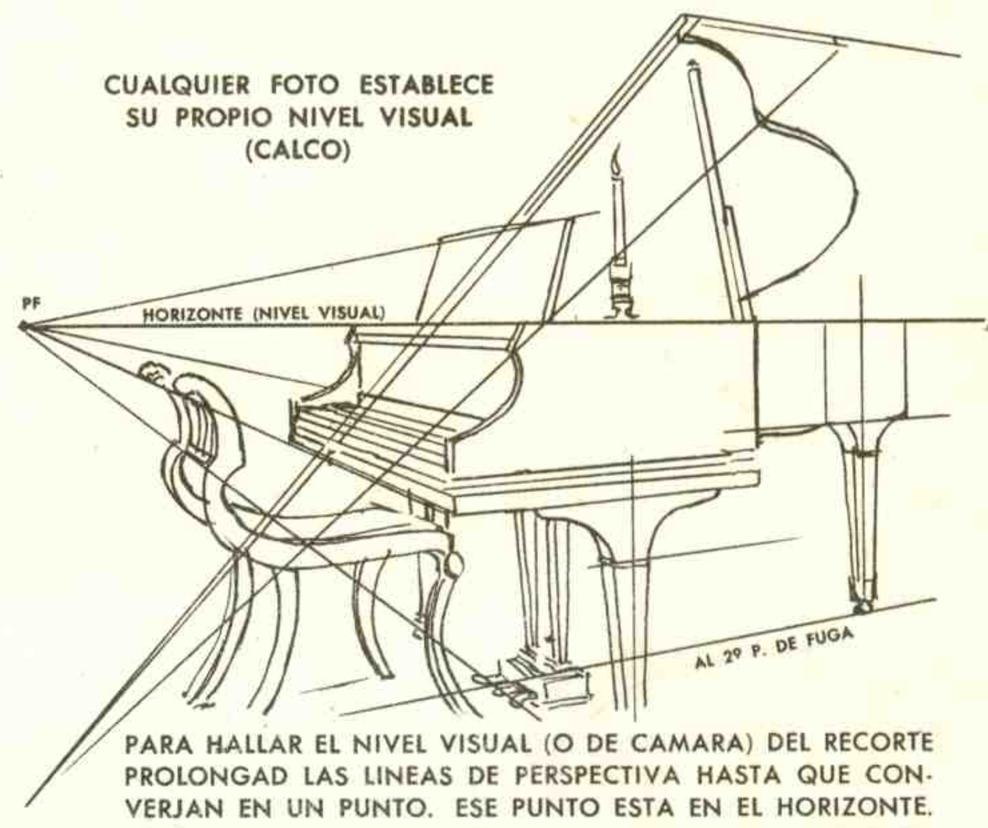
Los esbozos que acompaño servirán para ilustrar las diversas colocaciones del nivel de vista u horizonte (que son la misma cosa) y la relación de las diversas unidades. Para aclarar un poco más las cosas he dibujado al artista fuera del cuadro, representándolo a usted y su punto de vista. Después he encuadrado el material pictórico. Estos bosquejos os mostrarán por qué el horizonte de un cuadro puede estar a cualquier altura, ya que está determinado por el nivel de vista.

He tomado un piano y algunas figuras, demostrando cómo deben ser relacionadas. También he tratado de demostrar la variedad de efectos que pueden lograrse con un tema cualquiera empleando diversos niveles de vista. Esto abre un mundo de oportunidades a la imaginación creadora. Un tema que visto desde un nivel ordinario es más bien vulgar, visto desde abajo o desde arriba puede resultar sorprendente. Un nivel de vista alto es conveniente cuando deseáis disponer de mayor espacio para texto. Un punto de vista a nivel de tierra es bueno cuando deseáis una línea de base horizontal.

Comprendiendo la perspectiva de la figura podéis transponer copias de figuras a diversos niveles de vista, lo que os permitirá usar copias que de otro modo no podríais emplear. Mientras que dibujéis la figura de un modo distinto, propio, nadie podrá objetar nada. Esto no siempre es fácil. En realidad es mejor pagar una modelo, hacerla posar como queráis y trabajar con material propio, siempre que vuestros medios lo permitan. El dinero que paguéis a una modelo será la mejor inversión que podáis hacer como artista creador, puesto que vuestro cuadro será entonces indiscutiblemente vuestro.



PUESTO QUE NINGUNO DE ESTOS TIENE EL MISMO NIVEL VISUAL, DEBE ELEGIRSE UNO Y AJUSTAR LOS OTROS A EL. PRIMERO TOMEMOS EL PIANO.



PARA HALLAR EL NIVEL VISUAL (O DE CAMARA) DEL RECORTE PROLONGAD LAS LINEAS DE PERSPECTIVA HASTA QUE CONVERJAN EN UN PUNTO. ESE PUNTO ESTA EN EL HORIZONTE. AHORA TRAZAD LA HORIZONTAL A TRAVES DEL RECORTE.



BOCETO DE LAS FIGURAS COLOCADAS EN CORRECTA PERSPECTIVA.

DISTINTOS APROCHES DE UN MISMO TEMA



PRIMER BOCETO DE DISTRIBUCION GENERAL, SIGUIENDO EL RECORTE DEL PIANO.

PF

SEGUNDO BOCETO, SIGUIENDO LA PERSPECTIVA DE LA PRIMERA FIGURA. ESTE PARECE MAS ATRACTIVO.



LA PERSPECTIVA, POR SI MISMA, PUEDE DAR VARIEDAD



TERCER BOCETO, SIGUIENDO LA PERSPECTIVA DE LA SEGUNDA FIGURA. TAMBIEN REPRESENTA UN PROGRESO SOBRE EL PRIMER BOCETO.

ES UNA EXCELENTE IDEA ENSAYAR CUALQUIER TEMA DESDE DISTINTOS ANGULOS VISUALES O DE CAMARA. A MENUDO PODREIS TRANSFORMAR ALGO VULGAR EN UNA COSA SORPRENDENTE. SI NO SABEIS PERSPECTIVA, APRESURAOS A ESTUDIARLA.

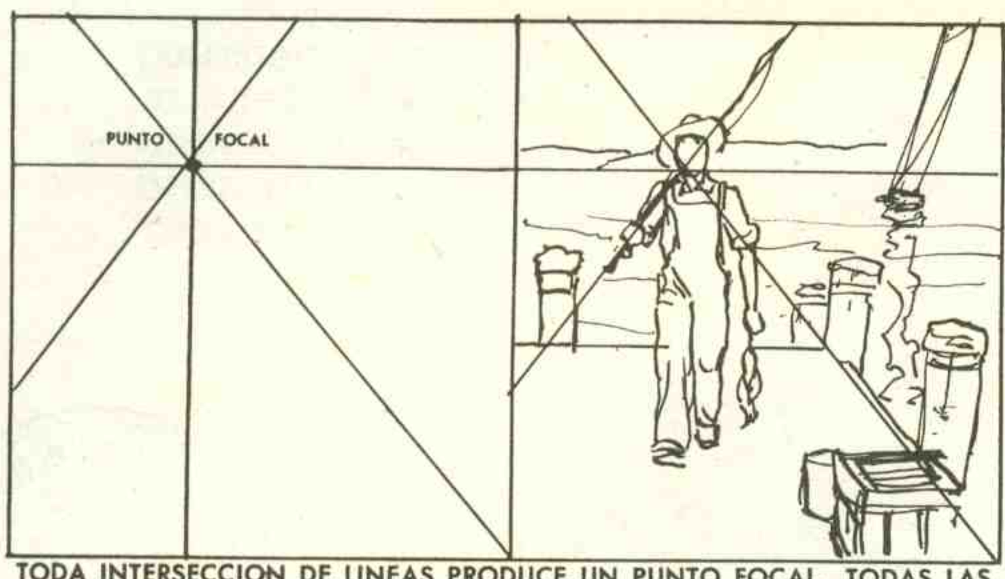
El problema del artista consistirá siempre en elegir y encarar su tema de la manera más personal posible. No hay la menor duda de que si se miran las cosas de esta manera podrán obtenerse resultados poco comunes. John Jones ve a casi todo el mundo desde su propio nivel de vista. Levantad las figuras y bajad a John Jones, y lo tendréis mirando hacia arriba a sus personajes. Estos adquieren así una cierta grandeza y dignidad, comunican una sensación parecida a la que experimentamos al mirar a un orador en su tribuna, o a un sacerdote en el púlpito, o a una actriz en escena. Es bueno recordar este detalle psicológico, que puede ser empleado ventajosamente.

En contraposición a esto se encuentra la sensación de superioridad que experimenta el lector cuando mira desde arriba a nuestros personajes. ¡Cuánto más hermosa parece una sala de baile colmada de figuras cuando se la mira desde un balcón, y no desde el nivel del piso! ¡Cómo nos gusta subir a una colina o montaña y contemplar desde allí arriba el paisaje! La mayor emoción que proporciona el vuelo es esa sensación de altura. Por el medio antes citado podéis levantar psicológicamente a vuestro observador. Demasiado a menudo la vulgaridad de ciertos cuadros consiste en que no ha existido preocupación por el nivel de vista.

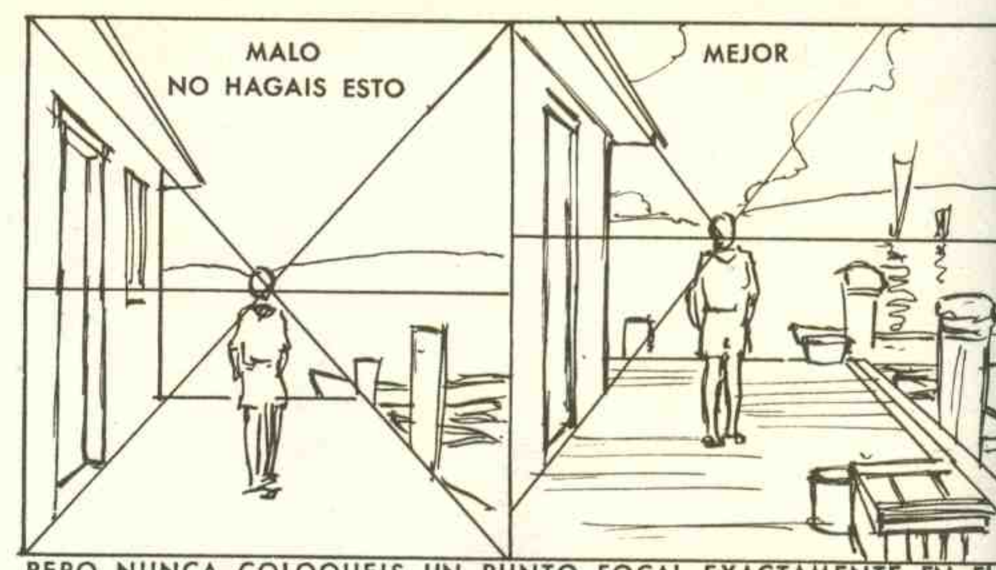
Al ilustrar historietas infantiles se puede dar tremenda significación a las ilustraciones dibujándolas con el nivel de vista del niño. Para un niño todas las cosas son desmesuradamente altas y grandes. Su padre se yergue sobre él como un enorme gigante. No es extraño entonces que él olvide su propia importancia.

El empleo de diferentes niveles de vista dará variedad a los cuadros de vuestras historietas. Es conveniente intentarlo. Este es un medio de probar vuestra inventiva, y cuando así obtengáis algún efecto desusado, os reportará buenos dividendos. En la ilustración de historietas, así como en la ilustración comercial para revistas, es preciso recurrir a medios más bien drásticos, para llamar la atención, para hacer "impacto" como dicen los ilustradores. Esta es una de las maneras de lograrlo. Buscad una escalera y haced la prueba. O tendeos en el piso y empezad a dibujar.

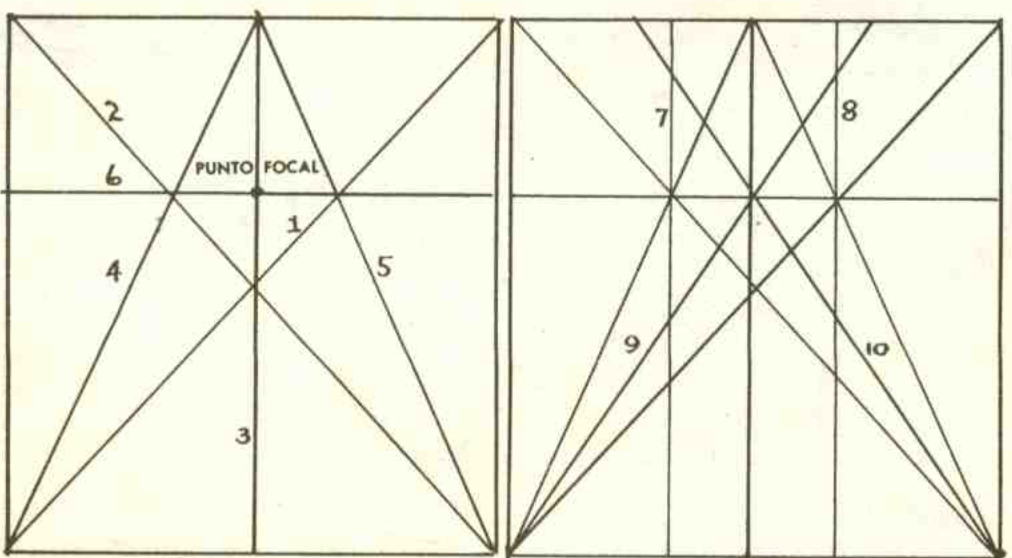
UTILIZANDO LA LINEA PARA OBTENER UN PUNTO FOCAL EN UN TEMA



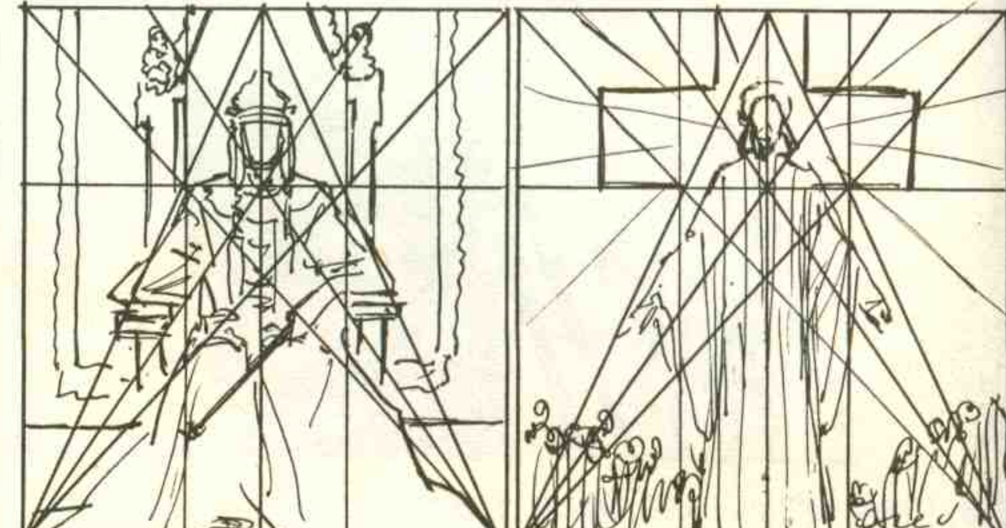
TODA INTERSECCION DE LINEAS PRODUCE UN PUNTO FOCAL. TODAS LAS LINEAS QUE CONVERGEN A UN PUNTO DE FUGA O A UNA INTERSECCION FORMAN UN PUNTO FOCAL. AHI PUEDE COLOCARSE UNA CABEZA.



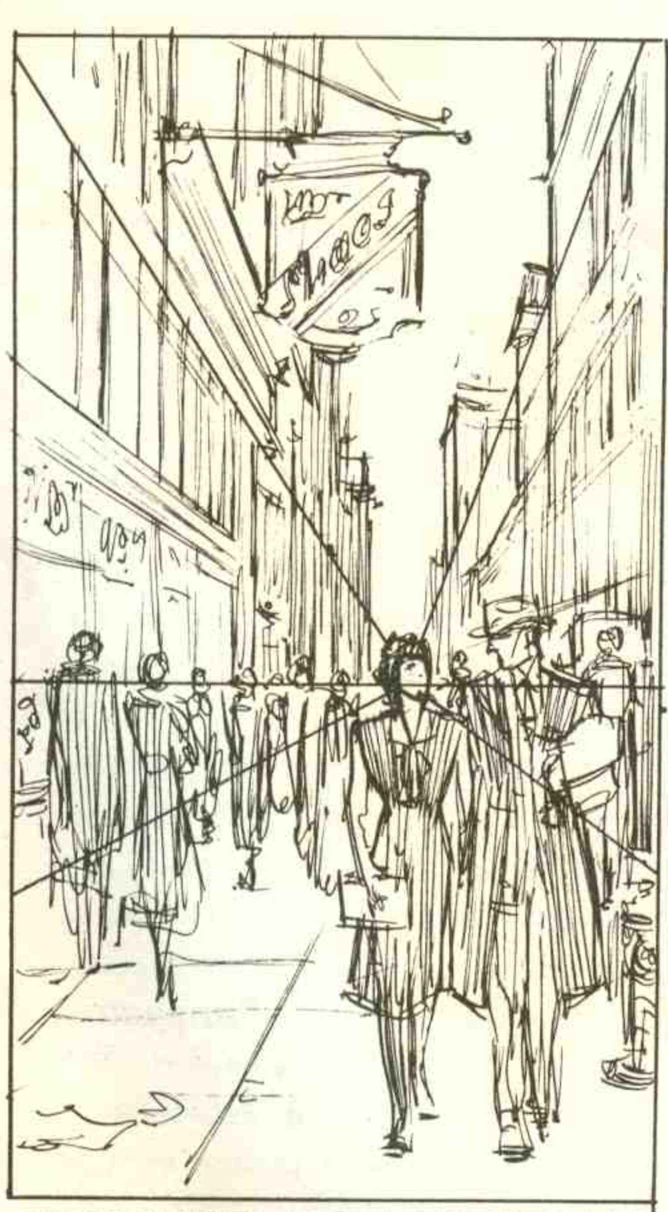
PERO NUNCA COLOQUEIS UN PUNTO FOCAL EXACTAMENTE EN EL CENTRO DEL AREA DE VUESTRO CUADRO. TAMBIEN ES CONVENIENTE EVITAR EL EMPLEO DE DIAGONALES QUE BISEQUEN LOS ANGULOS.



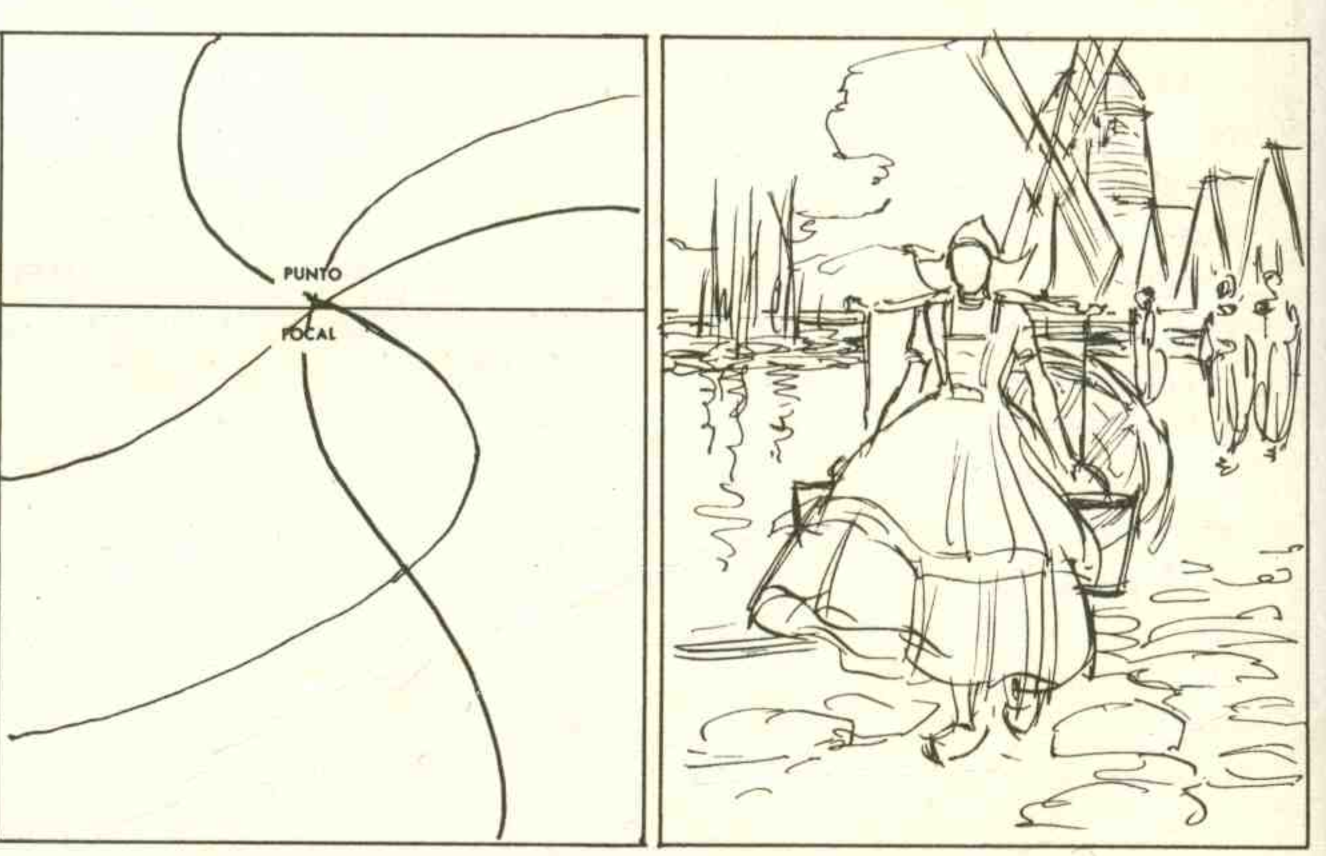
EN EL DISEÑO FORMAL, COLOCAD EL PUNTO FOCAL ENCIMA O DEBAJO DEL CENTRO. ESTE ES UN BUEN PLAN.



ESTE PLAN BASICO PUEDE SER USADO PARA MUCHOS DISEÑOS. CONSTRUID VUESTRO TEMA COMO MEJOR OS PAREZCA.



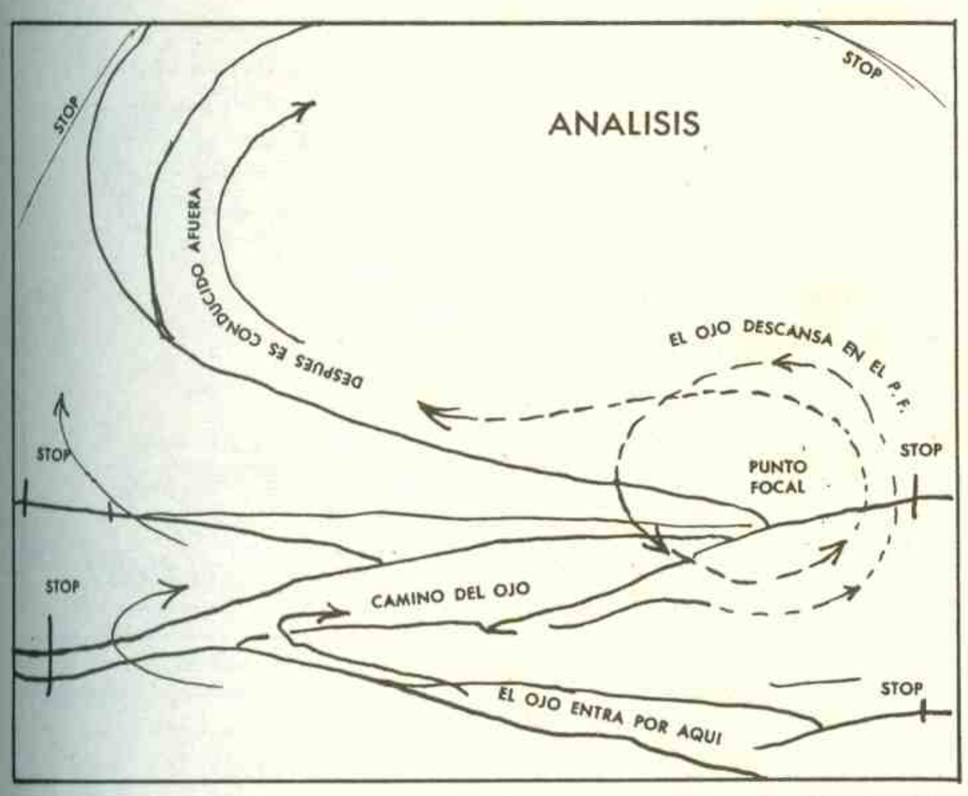
PICTORICAMENTE, EL PUNTO DE FUGA ES EL "SITIO DE HONOR". CORRESPONDE AL PERSONAJE PRINCIPAL.



LAS ESPIRALES TAMBIEN PUEDEN USARSE PARA CONCENTRAR LA ATENCION. ACEPTAD COMO REGLA QUE LAS LINEAS DEBEN CONDUCIR Y CRUZARSE EN EL PUNTO PRINCIPAL DE INTERES.

A MENUDO OS PREGUNTAREIS COMO LLAMAR LA ATENCION SOBRE UNA CABEZA, FIGURA O LUGAR DETERMINADOS. ESTUDIAD CUIDADOSAMENTE ESTA PAGINA. TODO CUADRO DEBE TENER UN PUNTO FOCAL PRINCIPAL Y TODAS LAS LINEAS DEBEN CONDUCIR AL OJO HACIA ESE PUNTO. EL VIEJO REFRAN "TODOS LOS CAMINOS LLEVAN A ROMA" ES FUNDAMENTAL PARA LA BUENA COMPOSICION. VUESTROS "CAMINOS" SON LAS LINEAS.

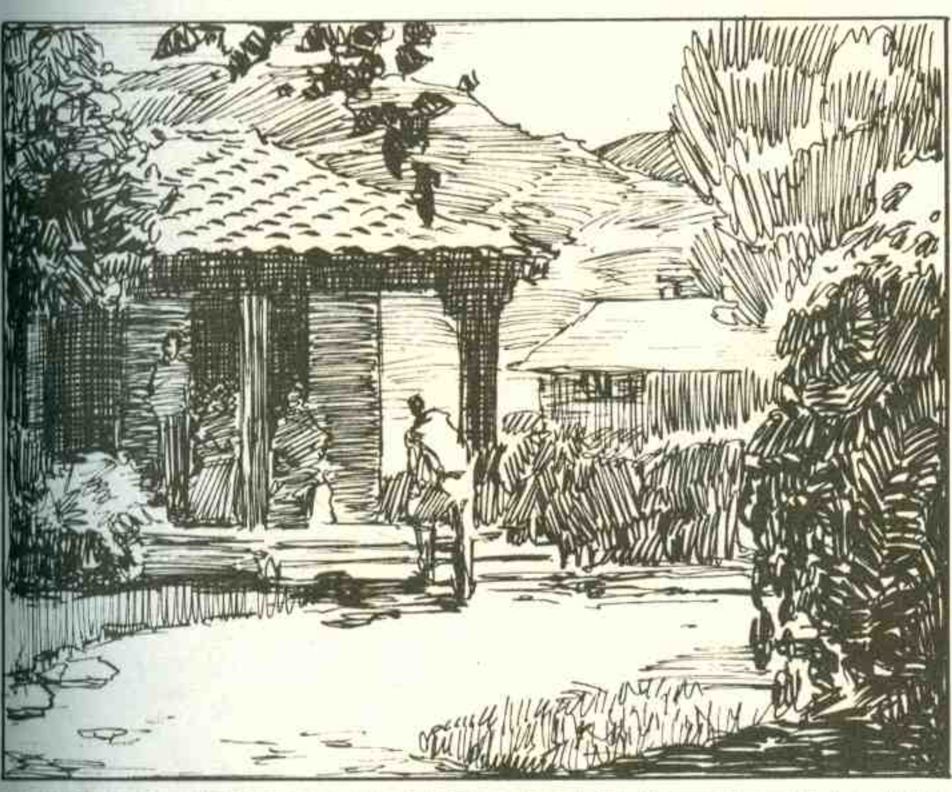
CONSTRUYENDO UN "CAMINO PARA EL OJO" EN LA COMPOSICION

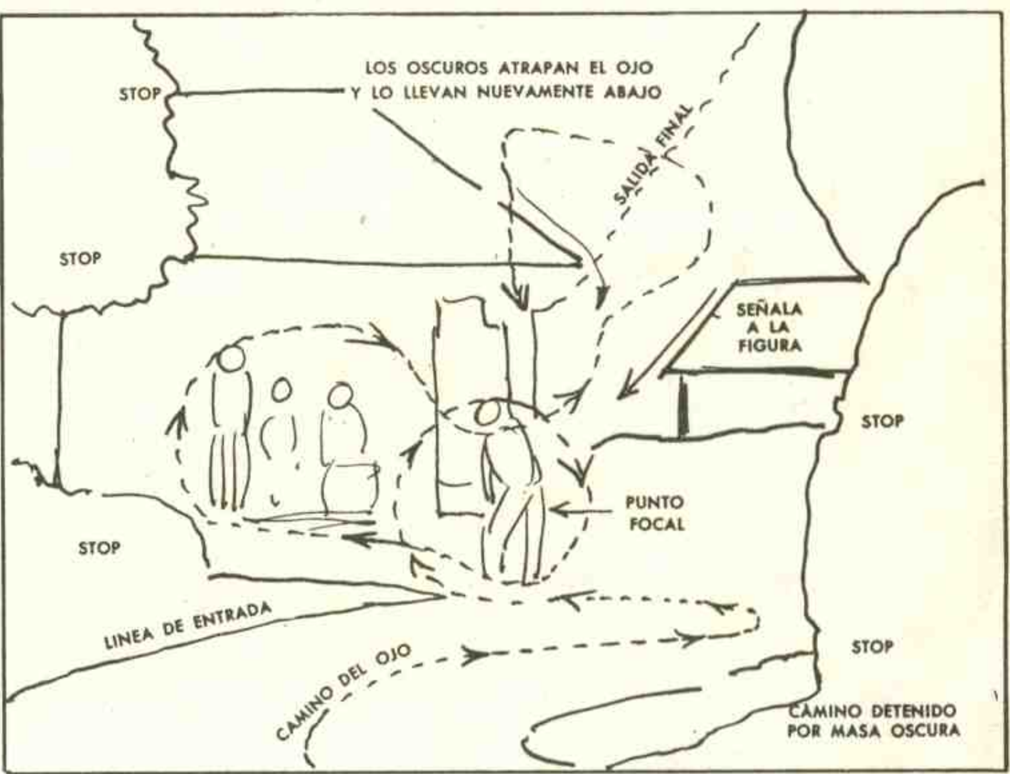




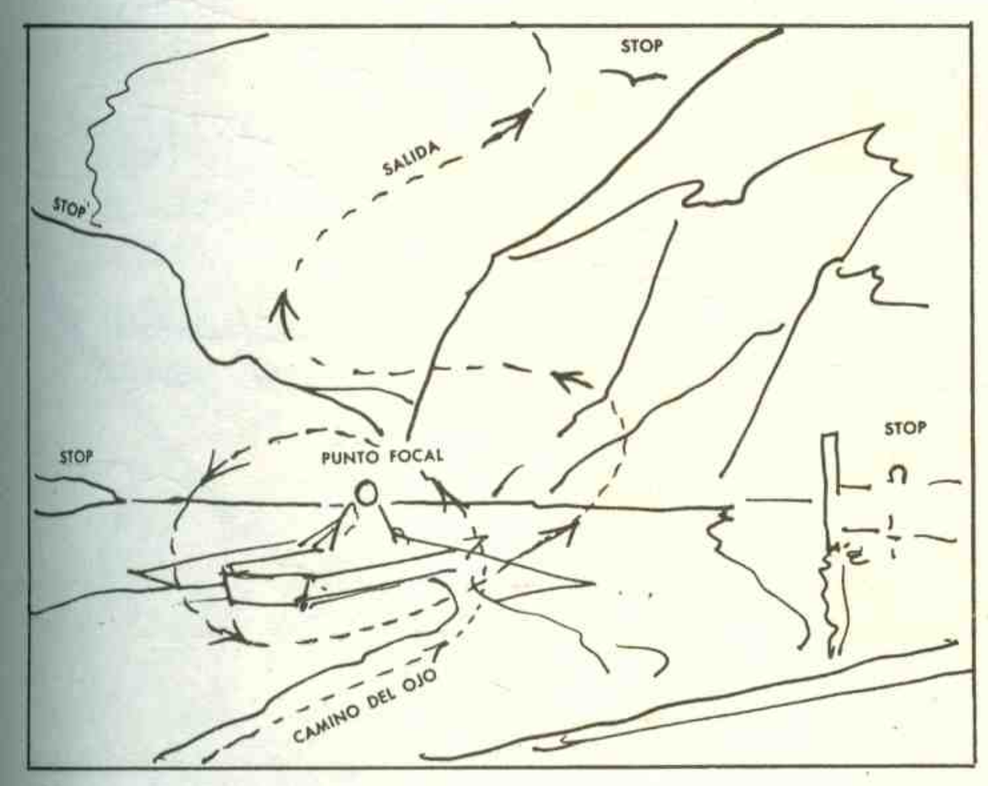
EN TODO BUEN CUADRO DEBE PLANEARSE UN CAMINO QUE EL OJO PUEDA SEGUIR FACIL Y NATURALMENTE.

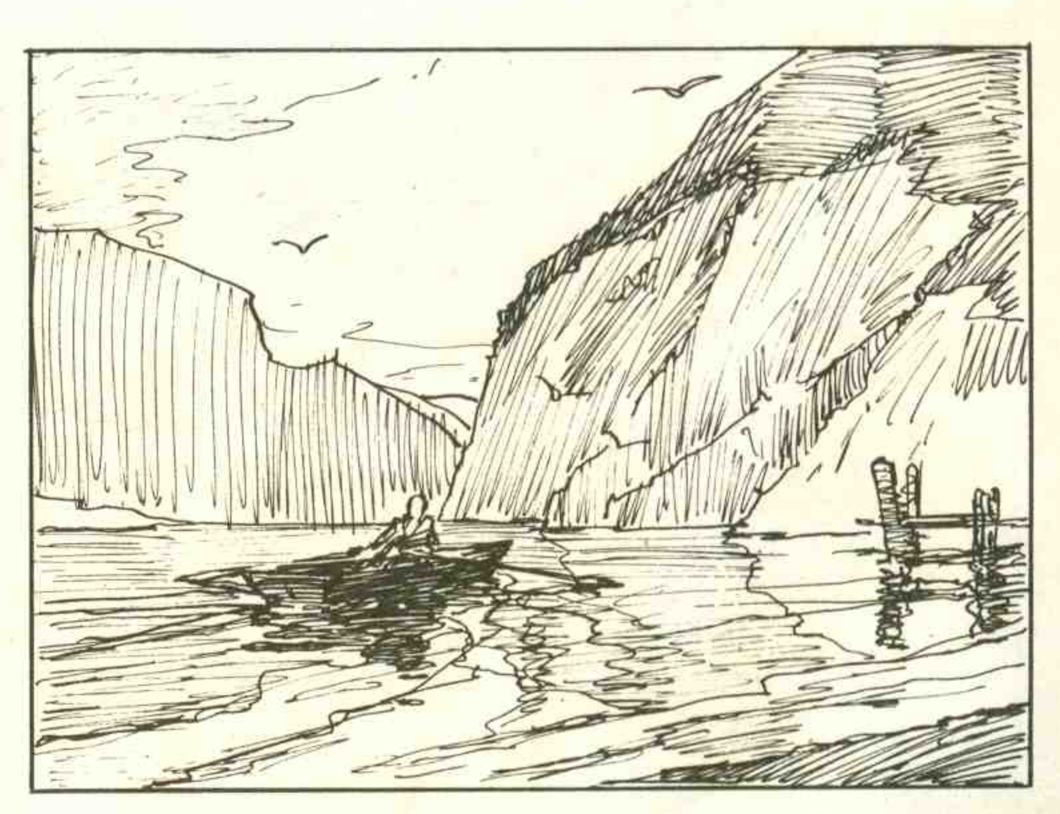
LAS LINEAS QUE SE DESVIAN DEL TEMA DEBEN SER DETENIDAS MEDIANTE ALGUN ARTIFICIO O POR OTRA LINEA QUE HAGA RETROCEDER AL OJO.





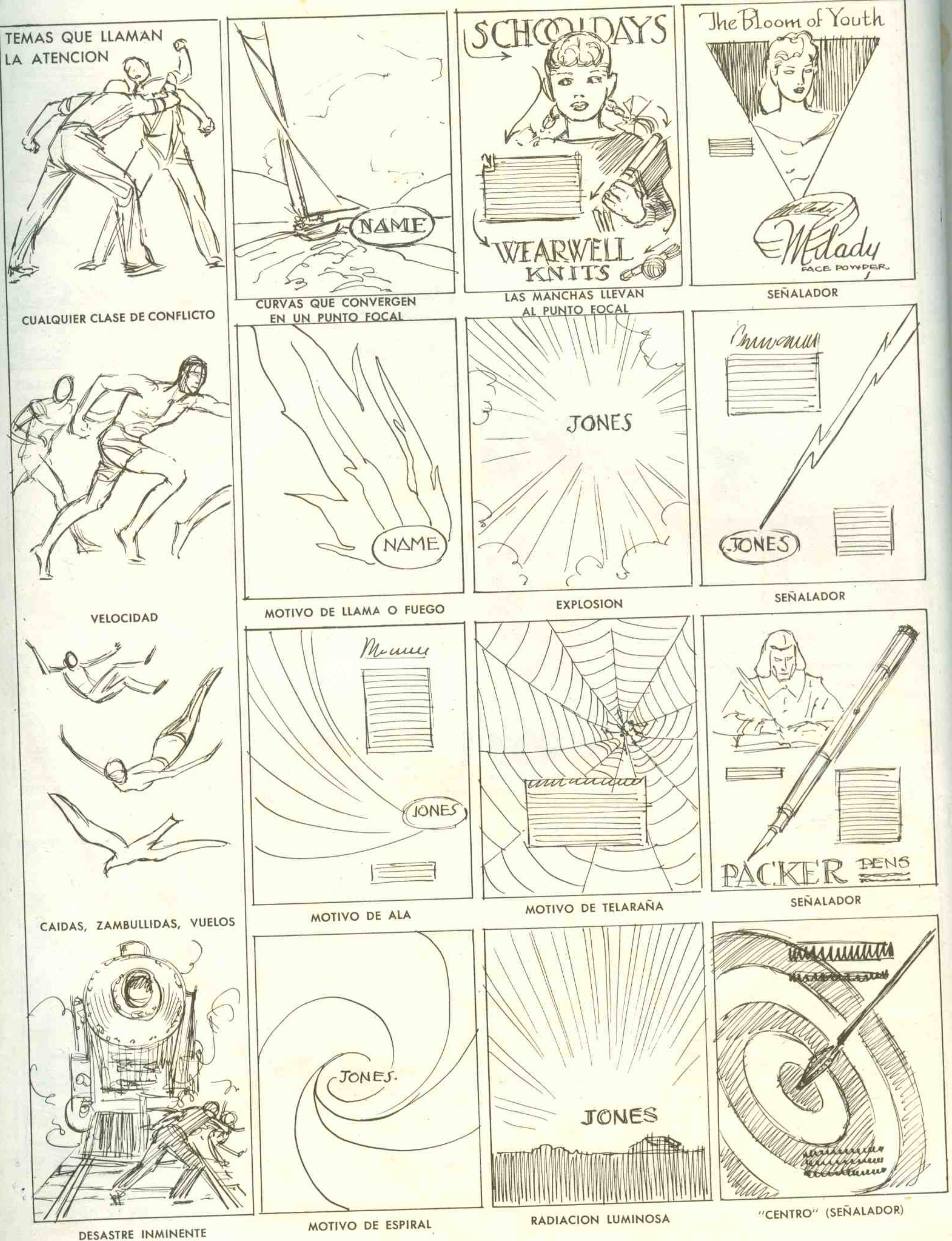
EL OJO DEBE ENTRAR POR LA PARTE INFERIOR Y SALIR POR LA PARTE SUPERIOR, NUNCA A LOS COSTADOS. PUESTO QUE LOS ANGULOS SON VERDADERAS "TRAMPAS PARA EL OJO", A CAUSA DE SUS INTERSECCIONES, DEBEIS TRATAR DE DESVIAR EL OJO DE ELLOS.





MEDIANTE EL HABIL EMPLEO DE LA LINEA, PODEIS HACER SEGUIR AL OJO LA DIRECCION QUE QUERAIS. HACED ENTRAR AL OJO, ENTRETENEDLO CON UN FOCO DE INTERES Y DESPUES DEJADLO SALIR. EL CAMINO DEBE SER AGRADABLE, NO ESTAR OBSTRUIDO NI TENER DESVIOS.

ARTIFICIOS PARA LLAMAR LA ATENCION



CUALQUIER CLASE DE CONFLICTO

CURVAS QUE CONVERGEN EN UN PUNTO FOCAL

LAS MANCHAS LLEVAN AL PUNTO FOCAL

SEÑALADOR

VELOCIDAD

MOTIVO DE LLAMA O FUEGO

EXPLOSION

SEÑALADOR

CAIDAS, ZAMBULLIDAS, VUELOS

MOTIVO DE ALA

MOTIVO DE TELARAÑA

SEÑALADOR

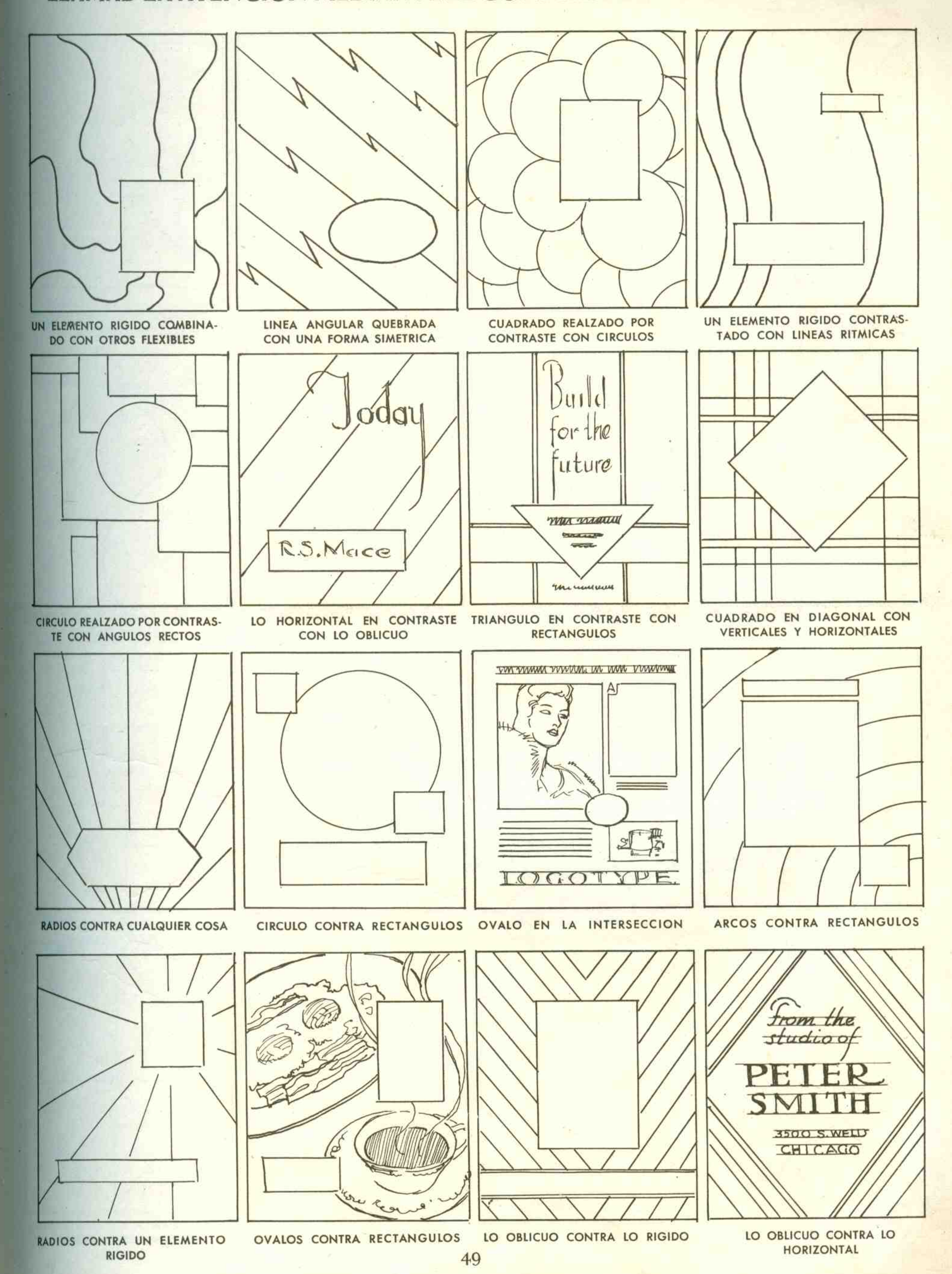
DESASTRE INMINENTE

MOTIVO DE ESPIRAL

RADIACION LUMINOSA

"CENTRO" (SEÑALADOR)

LLAMAD LA ATENCION MEDIANTE EL CONTRASTE DE LINEAS O FORMAS



UN ELEMENTO RIGIDO COMBINADO CON OTROS FLEXIBLES

LINEA ANGULAR QUEBRADA CON UNA FORMA SIMETRICA

CUADRADO REALZADO POR CONTRASTE CON CIRCULOS

UN ELEMENTO RIGIDO CONTRASTADO CON LINEAS RITMICAS

CIRCULO REALZADO POR CONTRASTE CON ANGULOS RECTOS

LO HORIZONTAL EN CONTRASTE CON LO OBLICUO

TRIANGULO EN CONTRASTE CON RECTANGULOS

CUADRADO EN DIAGONAL CON VERTICALES Y HORIZONTALES

RADIOS CONTRA CUALQUIER COSA

CIRCULO CONTRA RECTANGULOS

OVALO EN LA INTERSECCION

ARCOS CONTRA RECTANGULOS

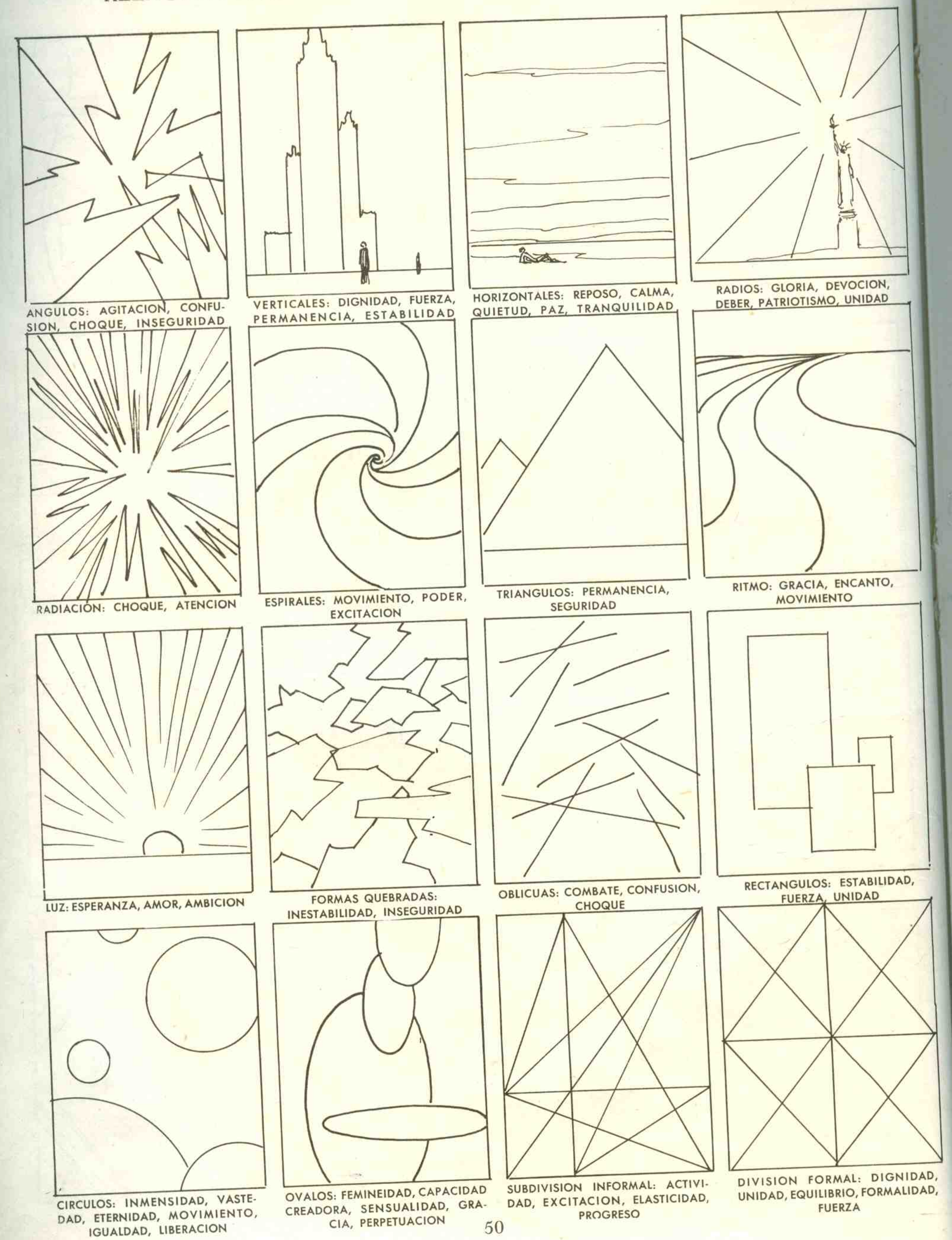
RADIOS CONTRA UN ELEMENTO RIGIDO

OVALOS CONTRA RECTANGULOS

LO OBLICUO CONTRA LO RIGIDO

LO OBLICUO CONTRA LO HORIZONTAL

RELACION ENTRE LA LINEA Y LA REACCION EMOCIONAL



ANGULOS: AGITACION, CONFUSION, CHOQUE, INSEGURIDAD

VERTICALES: DIGNIDAD, FUERZA, PERMANENCIA, ESTABILIDAD

HORIZONTALES: REPOSO, CALMA, QUIETUD, PAZ, TRANQUILIDAD

RADIOS: GLORIA, DEVOCION, DEBER, PATRIOTISMO, UNIDAD

RADIACION: CHOQUE, ATENCION

ESPIRALES: MOVIMIENTO, PODER, EXCITACION

TRIANGULOS: PERMANENCIA, SEGURIDAD

RITMO: GRACIA, ENCANTO, MOVIMIENTO

LUZ: ESPERANZA, AMOR, AMBICION

FORMAS QUEBRADAS: INESTABILIDAD, INSEGURIDAD

OBLICUAS: COMBATE, CONFUSION, CHOQUE

RECTANGULOS: ESTABILIDAD, FUERZA, UNIDAD

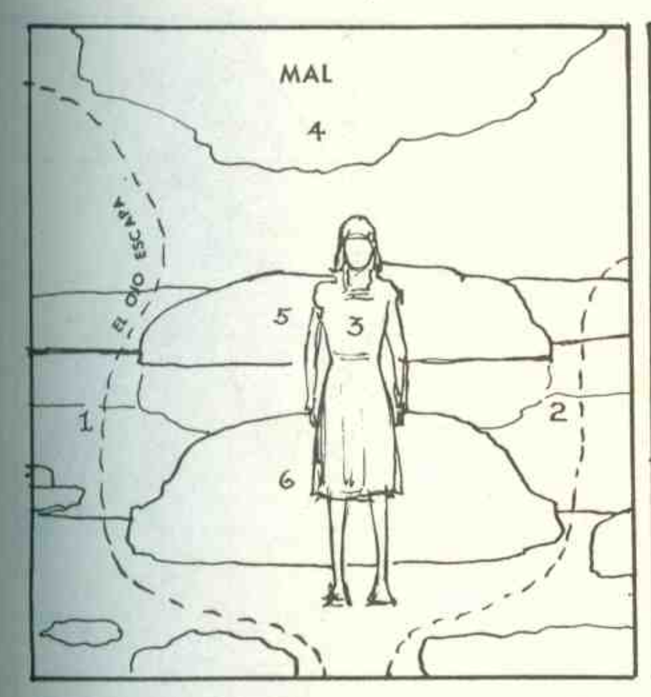
CIRCULOS: INMENSIDAD, VASTEDAD, ETERNIDAD, MOVIMIENTO, IGUALDAD, LIBERACION

OVALOS: FEMINEIDAD, CAPACIDAD CREADORA, SENSUALIDAD, GRACIA, PERPETUACION

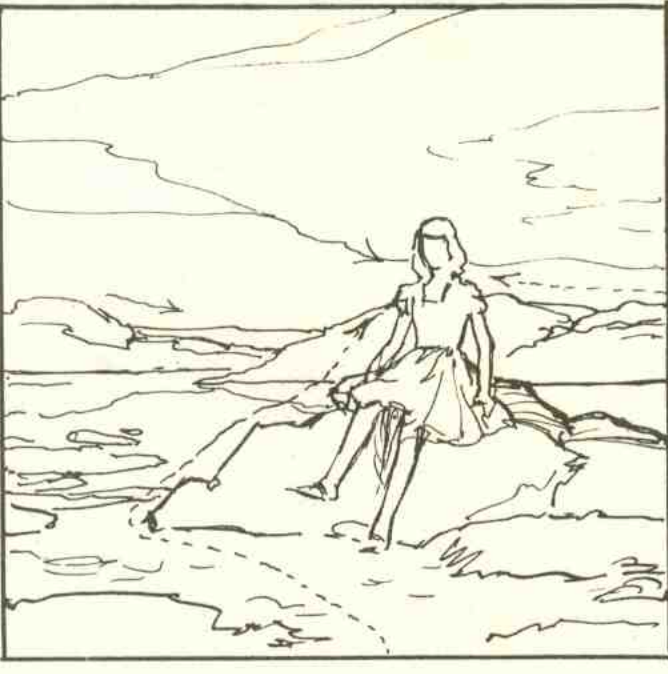
SUBDIVISION INFORMAL: ACTIVIDAD, EXCITACION, ELASTICIDAD, PROGRESO

DIVISION FORMAL: DIGNIDAD, UNIDAD, EQUILIBRIO, FORMALIDAD, FUERZA

LA MALA COMPOSICION PRODUCE UNA REACCION NEGATIVA



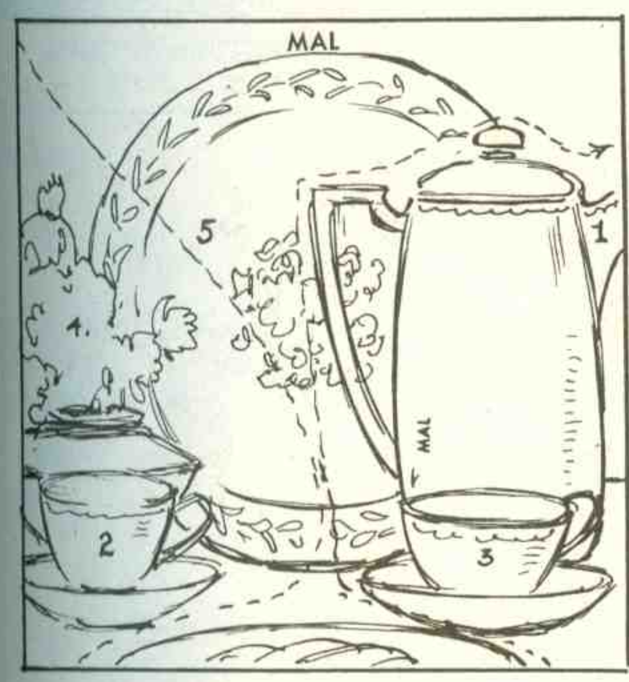
1-2: NO DEIS AL OJO DOS CAMINOS. 3-4-5-6: DEMASIADO CENTRADO. LA POSE ERGUIDA Y DE FRENTE ES MALA. LOS ELEMENTOS 5 Y 6 DEL CUADRO SON DEMASIADO SEMEJANTES.



AHORA EL OJO ES CONDUCIDO A LA FIGURA. LAS LINEAS QUE DESVIARIAN AL OJO ESTAN DETENIDAS. LA POSE ESTA MAS DE ACUERDO CON EL TEMA.



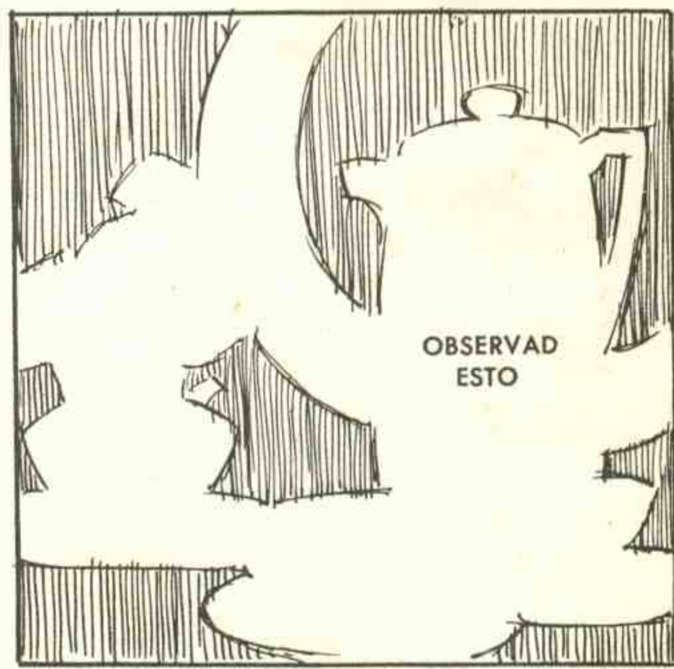
LA COMPOSICION SERA MEJOR SI APROXIMAMOS A LA CHICA DE MANERA TAL QUE DOMINE EL PAISAJE.



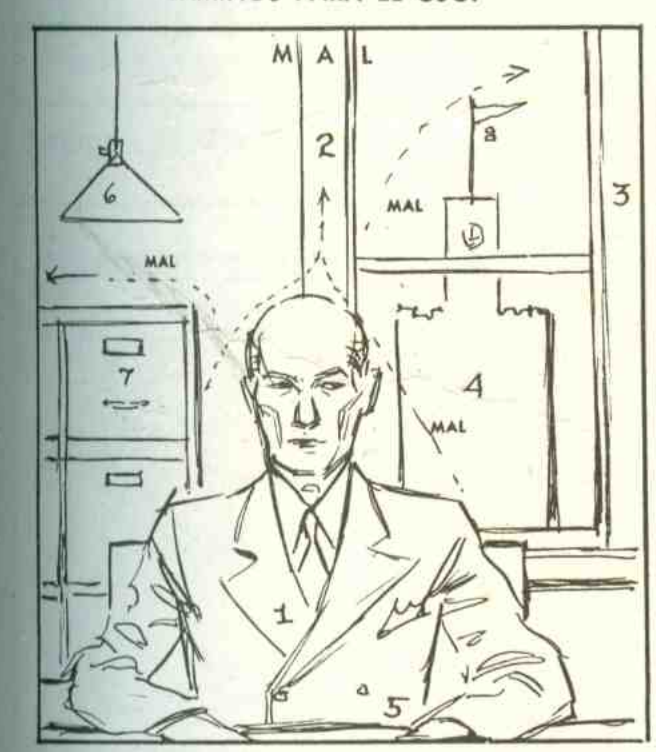
1: NO DEBE SEÑALAR AL EXTERIOR DEL CUADRO. 2-3: DEMASIADO IGUALES EN IMPORTANCIA. 4: LAS FLORES ESTAN MAL ORIENTADAS. 5: DOS CAMINOS PARA EL OJO.



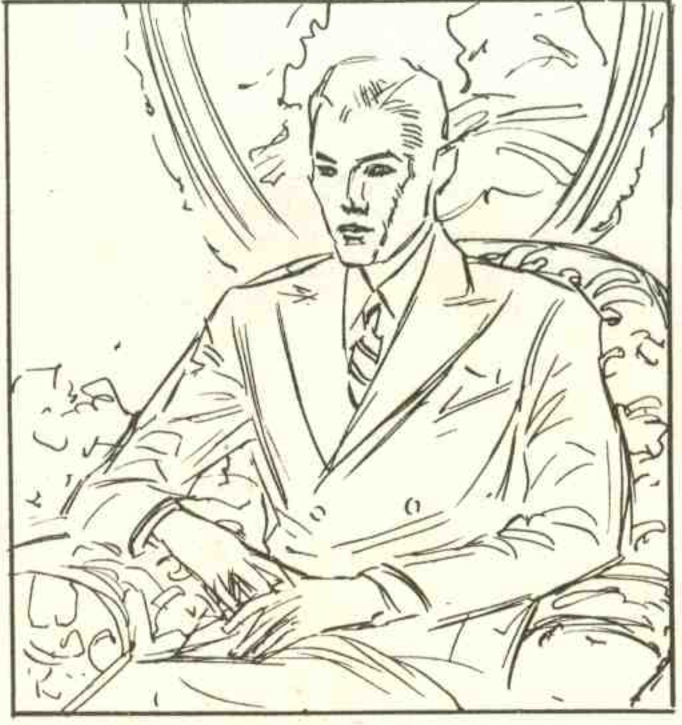
1: AHORA HAY SOLO UN CAMINO. 2: SEÑALA ADENTRO. 3: TAZAS AGRUPADAS. 4: FLORES CORREGIDAS. 5: AHORA SE SABE QUE SON ROSQUILLAS. ¿ESTA MEJOR ASI?



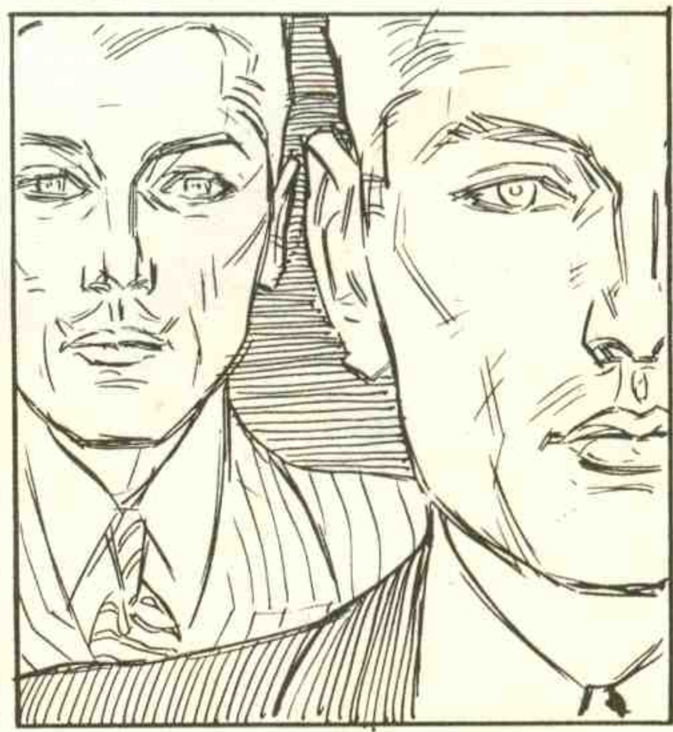
PODEIS PONER A PRUEBA CUALQUIER COMPOSICION DETERMINANDO LOS ESPACIOS QUE QUEDAN ENTRE LOS OBJETOS, SOMBREANDOLOS Y VERIFICANDO SI FORMAN UN BUEN DISEÑO.



1: FIGURA DEMASIADO BAJA Y CENTRADA. 2: NUNCA PARTAIS UNA CABEZA CON OTRA LINEA. 3: EL BORDE DEL CUADRO NO DEBE COINCIDIR CON OTRA LINEA (MARCO DE LA VENTANA). 4-6-7-8: MUY CENTRADO. LA BANDERA ESTA MAL. 5: LAS MANOS CORTADAS. LA LINEA DEL ESCRITORIO MUY BAJA Y CERCA DEL BORDE INFERIOR. LA MIRADA DEL HOMBRE NO ESTA BIEN.

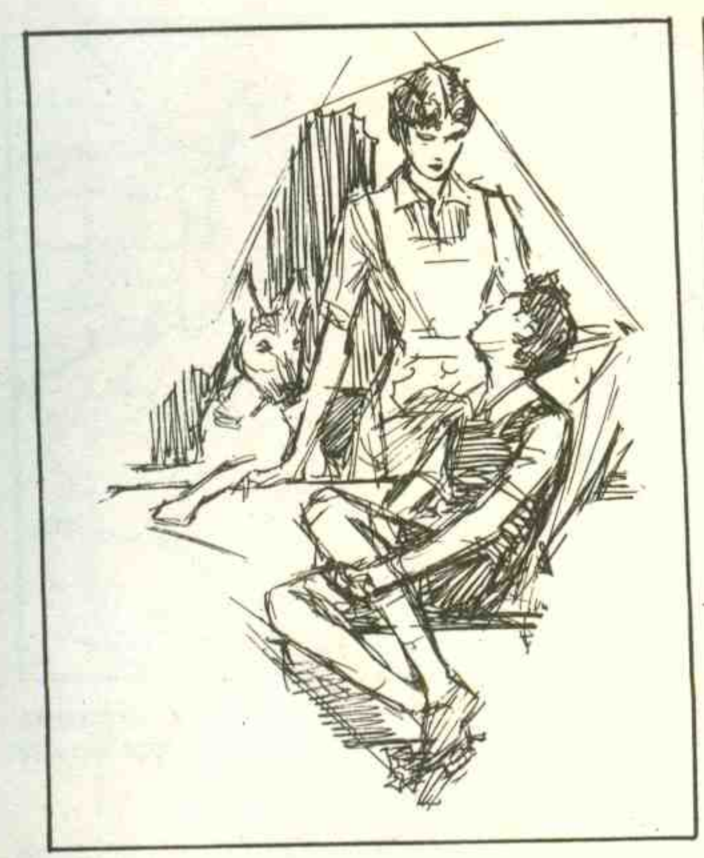


AQUI TENEMOS LO QUE FALTA EN EL OTRO CUADRO. NINGUNA LINEA ESTA EN PUGNA CON LA CABEZA. NO HAY NINGUN ELEMENTO CENTRADO. EL EQUILIBRIO DEL TEMA ES AGRADABLE, LOS ACCESORIOS TIENEN MAS ATRACTIVO. TRATAD DE PLANEAR TODO LO QUE HAGAIS.



A VECES PUEDE HACERSE UN DISEÑO CON CABEZAS SOLAMENTE, Y SIN QUE LAS CABEZAS ESTEN COMPLETAS. EL CUADRO PUEDE SER MUCHO MAS ATRACTIVO QUE SI ARARECIERAN LAS DOS CABEZAS ENTERAS, ESPECIALMENTE SI AMBAS FUERAN DEL MISMO TAMAÑO Y ESTUVIERAN IGUALMENTE ESPACIADAS.

DIVERSOS TIPOS DE VIÑETAS

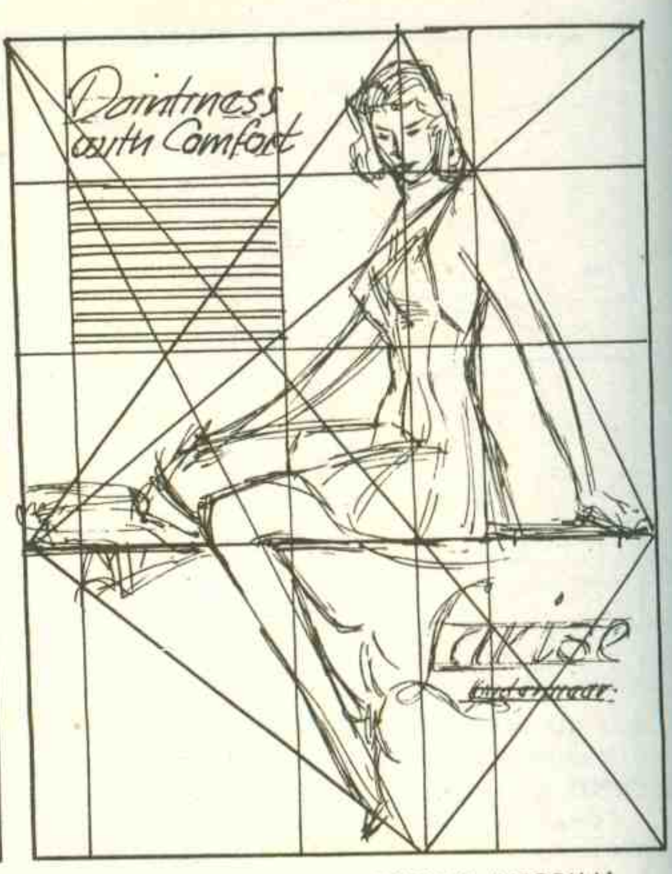




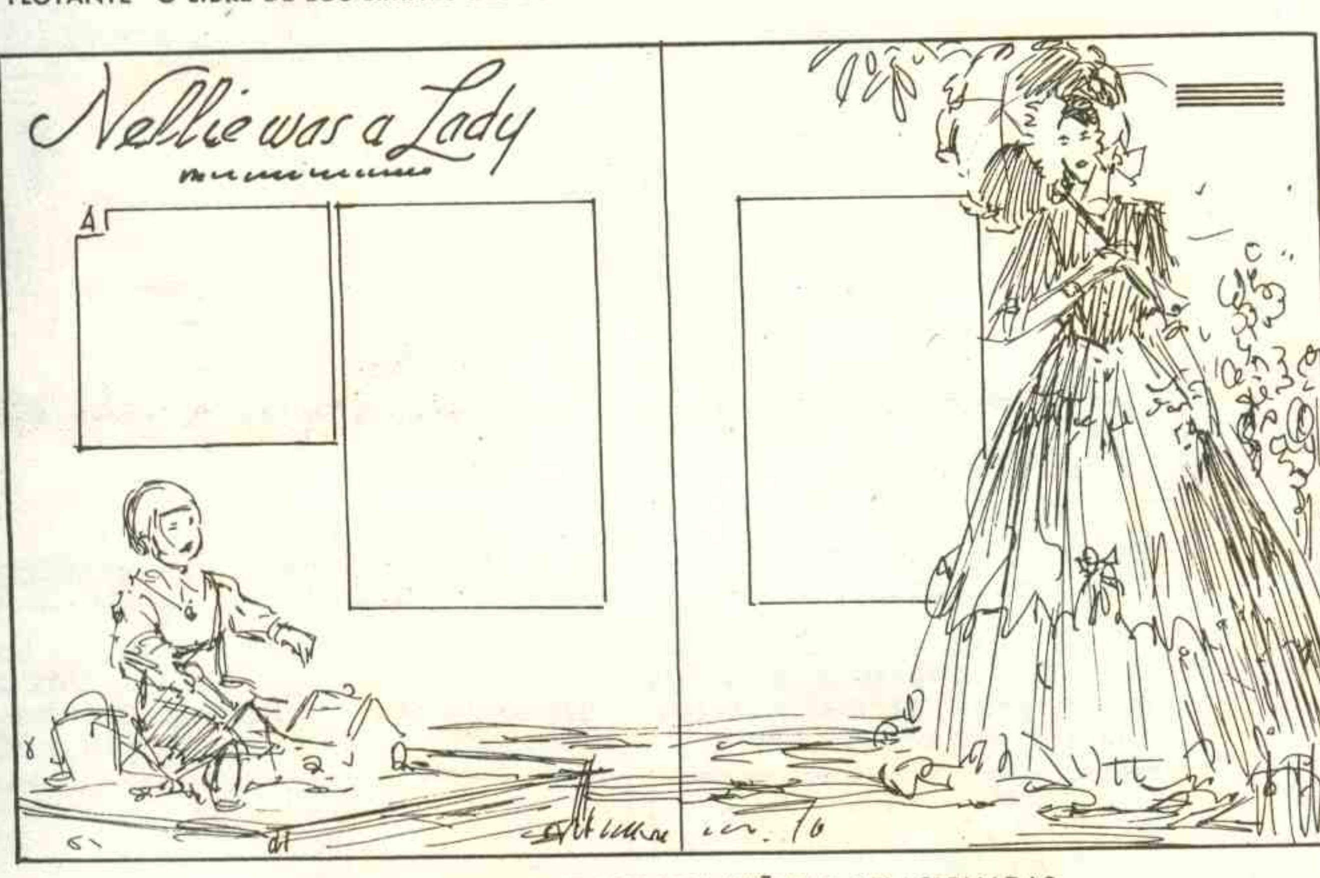
"FLOTANTE" O LIBRE DE LOS LIMITES DEL ESPACIO



UNIDA A DOS O MAS COSTADOS



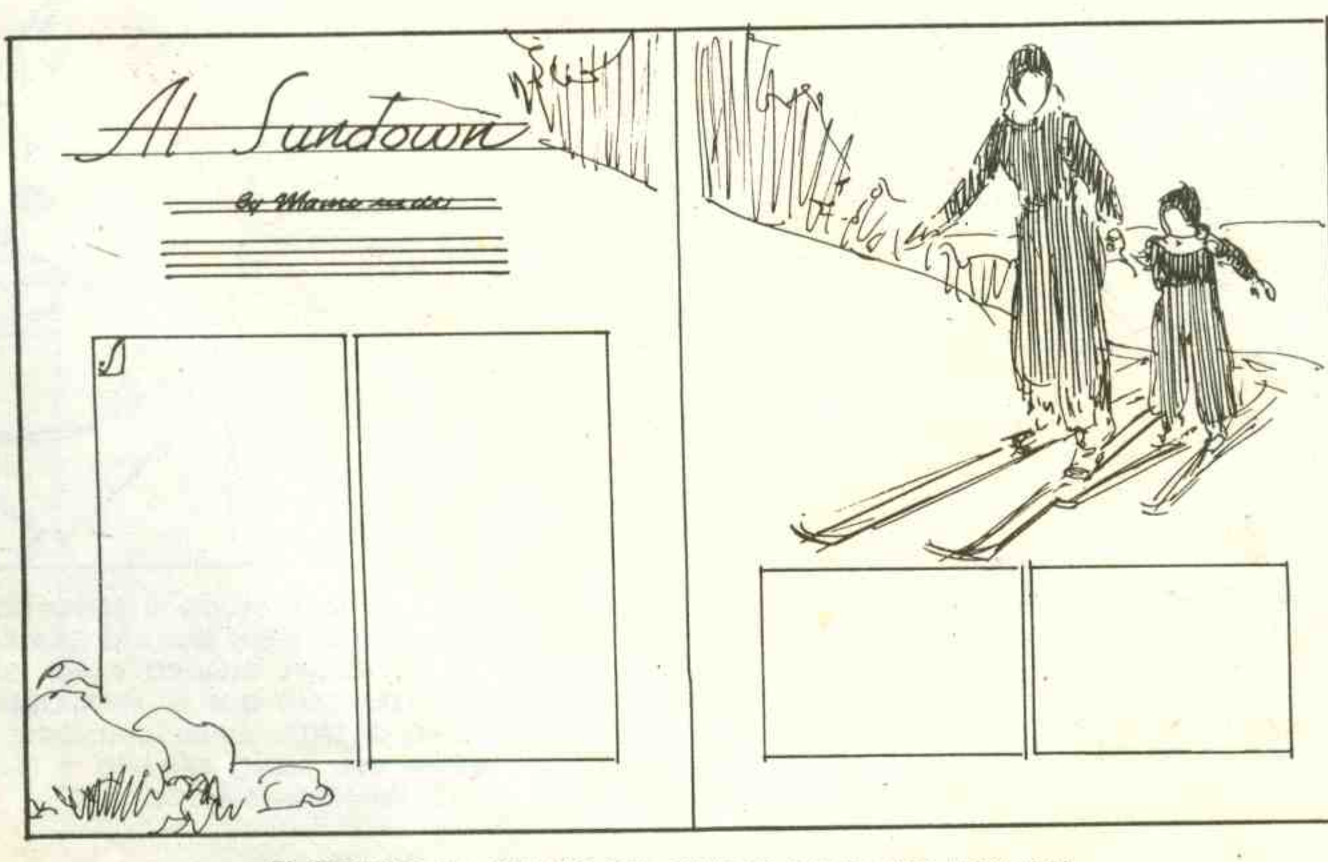
PODEIS USAR LA SUBDIVISION INFORMAL



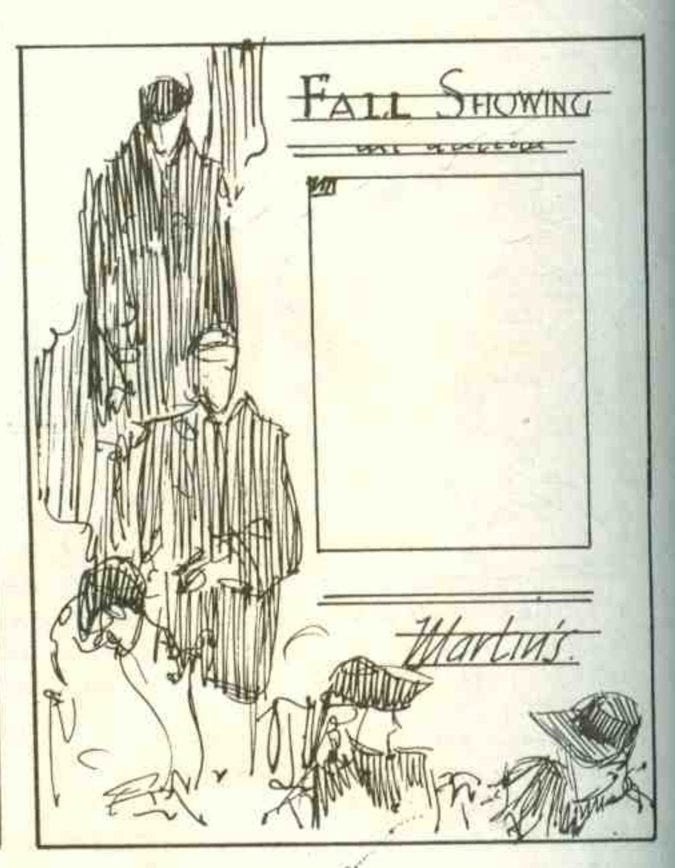
ESPACIO ABIERTO UNIDO POR VIÑETAS RELACIONADAS



"MANCHAS" UNIDAS A LA VIÑETA PRINCIPAL

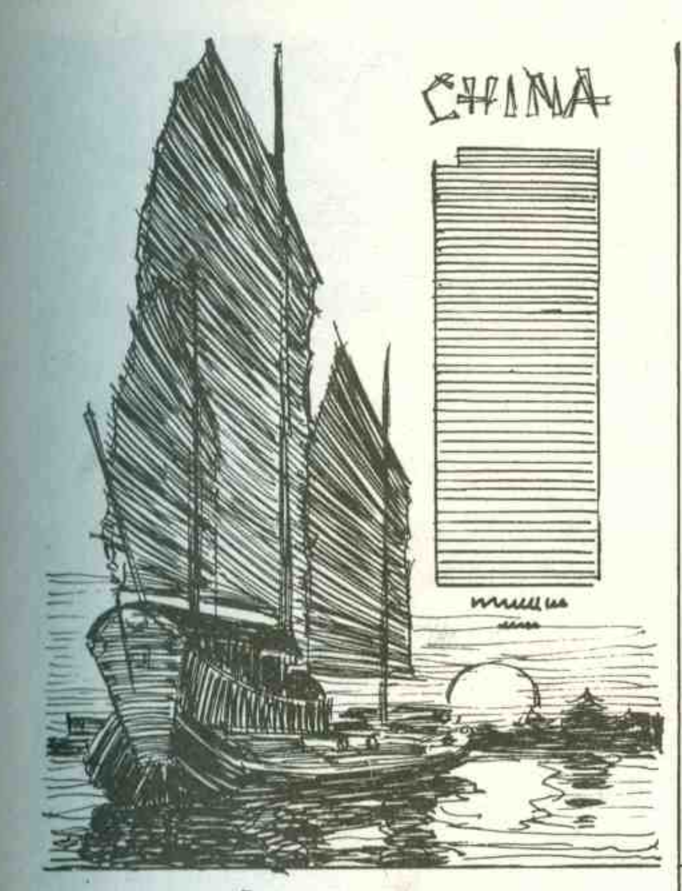


EL ESPACIO EN BLANCO DEL CUADRO PUEDE SER MUY UTIL



VIÑETA MARGINAL

UNA VIÑETA ES PURA Y SIMPLEMENTE UN DISEÑO



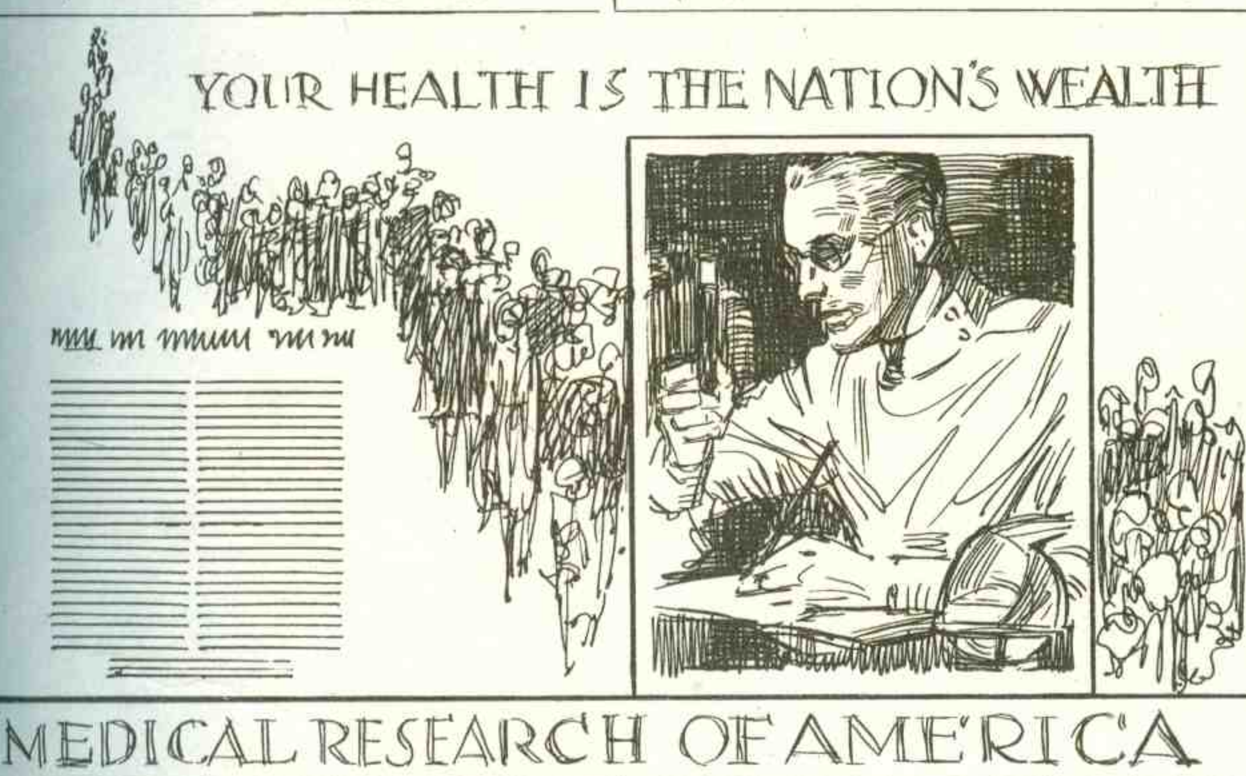
VIÑETA SILUETADA
(MASA OSCURA CONTRA LA LUZ)

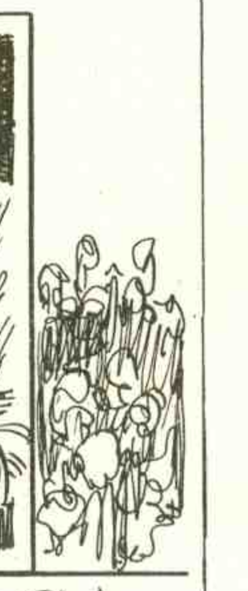


VIÑETA EN RELIEVE
(MASA CLARA CONTRA LA OSCURIDAD)



VIÑETA BOCETADA
(MASAS SIMPLES CONTRASTADAS)





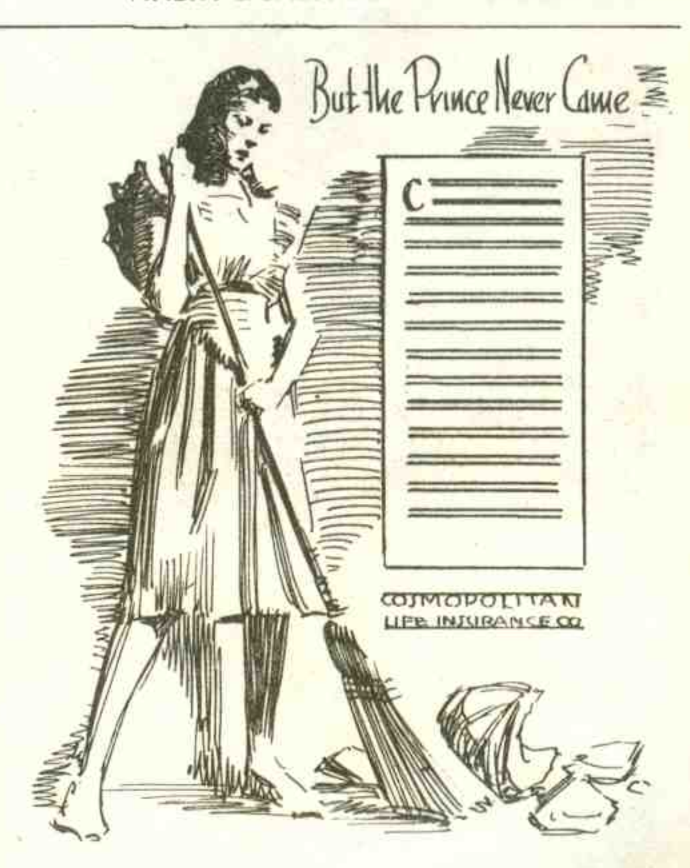
COMBINACION DE UNA VIÑETA CON UNA ILUSTRACION DOMINANTE



VIÑETA LIGADA AL PRODUCTO



VIÑETA DOMINANDO ELEMENTOS CUADRADOS



VIÑETA UNIDA AL TEXTO

LA LINEA SIMPLE COMBINA EFICAZMENTE CON LOS NEGROS SOLIDOS



COMBINANDO EL DIBUJO LINEAL A PLUMA CON AREAS NEGRAS



DISEÑADO MEDIANTE LA SUBDIVISION INFORMAL. LOS NEGROS FUERON AGREGADOS CON EL PINCEL. LA MISMA PLUMA FUE USADA PARA TODO EL DIBUJO. OBSERVAD COMO SE CONCENTRA LA ATENCION SOBRE LA FIGURA PRINCIPAL, Y EL EMPLEO DE LA "X" PARA LA POSE. LOS NEGROS AYUDAN.

EL DIBUJO A PLUMA SE BASA EN UN PRINCIPIO



"AH, DADME LA NATURALEZA, MARIPOSAS DANZANTES Y OLOR A MENTA FRESCA EN EL AIRE!"

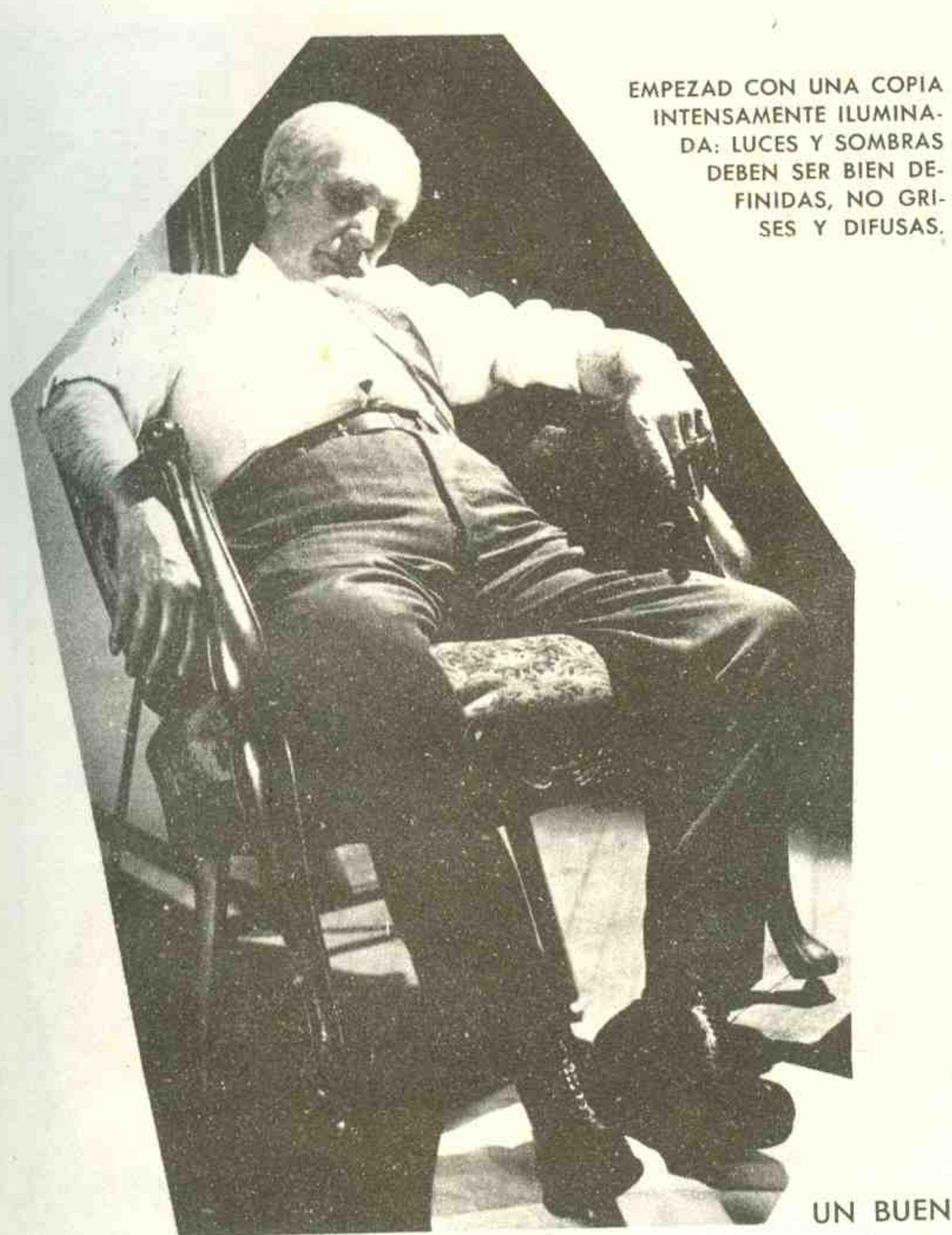
EL PRINCIPIO DEL DIBUJO A PLUMA ES LA CREACION DEL TONO MEDIANTE UNA COMBINACION DEL BLANCO DEL PAPEL Y EL OSCURO DE LA LINEA. ES COMO UNA CORTINA DE ALAMBRE PUESTA SOBRE UNA VENTANA. CUANTO MAS GRUESO EL ALAMBRE Y MAS APRETADA LA MALLA, MAS OSCURECE LA LUZ. UN VALOR ES PRODUCIDO POR LA CANTIDAD DE BLANCO QUE QUEDA VISIBLE. PODEIS HACER UNA "ESCALA" DE VALORES CON LA MISMA PLUMA, PARA REFERIROS A ELLA CUANDO SEA NECESARIO. DE ESTA MANERA SABREIS QUE ESPESOR DE LAS LINEAS Y QUE DISTANCIA ENTRE LAS MISMAS PRODUCEN EL VALOR O EL TONO QUE BUSCAIS. SEGUID LA FORMA CON LOS RASGOS DE LA PLUMA, YA SEA A LO LARGO O A LO ANCHO. TRATAD DE QUE QUEDE ESPACIO "ABIERTO" O EN BLANCO COMO PARTE DEL DISEÑO. DIBUJAD PRINCIPALMENTE LAS SOMBRAS. EL TONO EN TODA LA EXTENSION DEL CUADRO ES MUY DIFICIL. PLANEAD LOS RASGOS CUIDADOSAMENTE, PERO EJECUTADLOS CON DESENVOLTURA.

EL PRINCIPAL FACTOR DEL DIBUJO A PLUMA ES LA SOMBRA



EL APROCHE GENERAL AL DIBUJO A PLUMA ES EL MISMO QUE EN LOS OTROS MEDIUMS: LA EXPRESION DE LA LUZ Y LA SOMBRA. LA UNICA DIFERENCIA CONSISTE EN EL MENOR MODELADO DE LOS CLAROS. MANTENEDLOS MUY SIMPLES. NO OS PREOCUPEIS TANTO POR LA CANTIDAD DE "PLUMADAS" COMO POR LOGRAR UNA BUENA COMBINACION DE BLANCOS, GRISES Y NEGROS.

PROCEDIMIENTO A PLUMA



EMPEZAD CON UNA COPIA INTENSAMENTE ILUMINADA: LUCES Y SOMBRAS DEBEN SER BIEN DEFINIDAS, NO GRISES Y DIFUSAS.

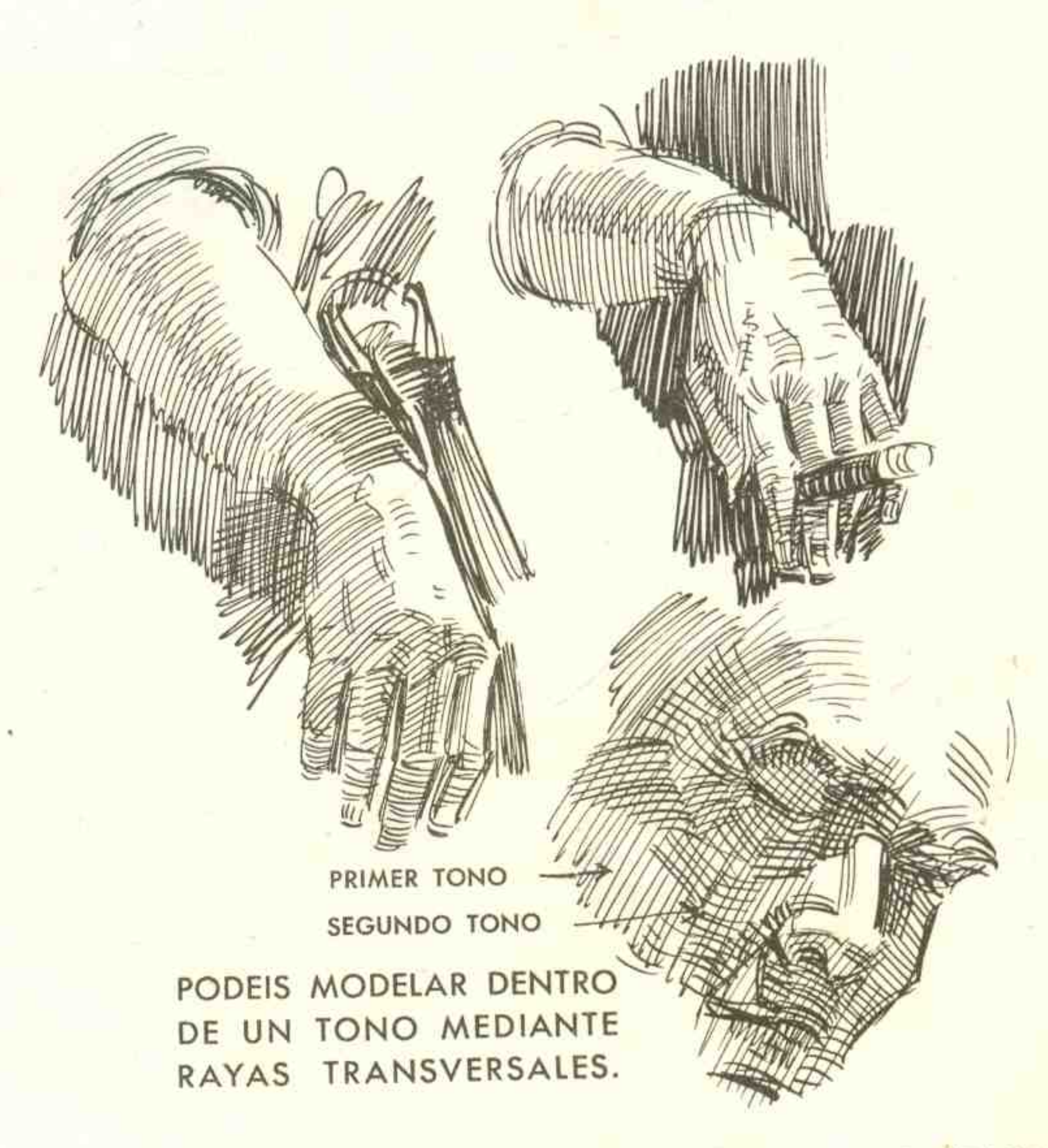


HACED UN BOCETO PRELIMINAR CON LA DISTRIBUCION MAS SIMPLE POSIBLE DE MASAS. NO OS PREOCUPEIS TODAVIA POR LA TECNICA. PREOCUPAOS POR EL DISEÑO DE LOS NEGROS, GRISES Y BLANCOS. ESTO OS DARA UNA GUIA PARA LOS VALORES QUE UTILIZAREIS EN EL TRABAJO FINAL Y PARA EL EFECTO DE CONJUNTO.

UN BUEN TRABAJO PRELIMINAR ES LA MITAD DE LA BATALLA.

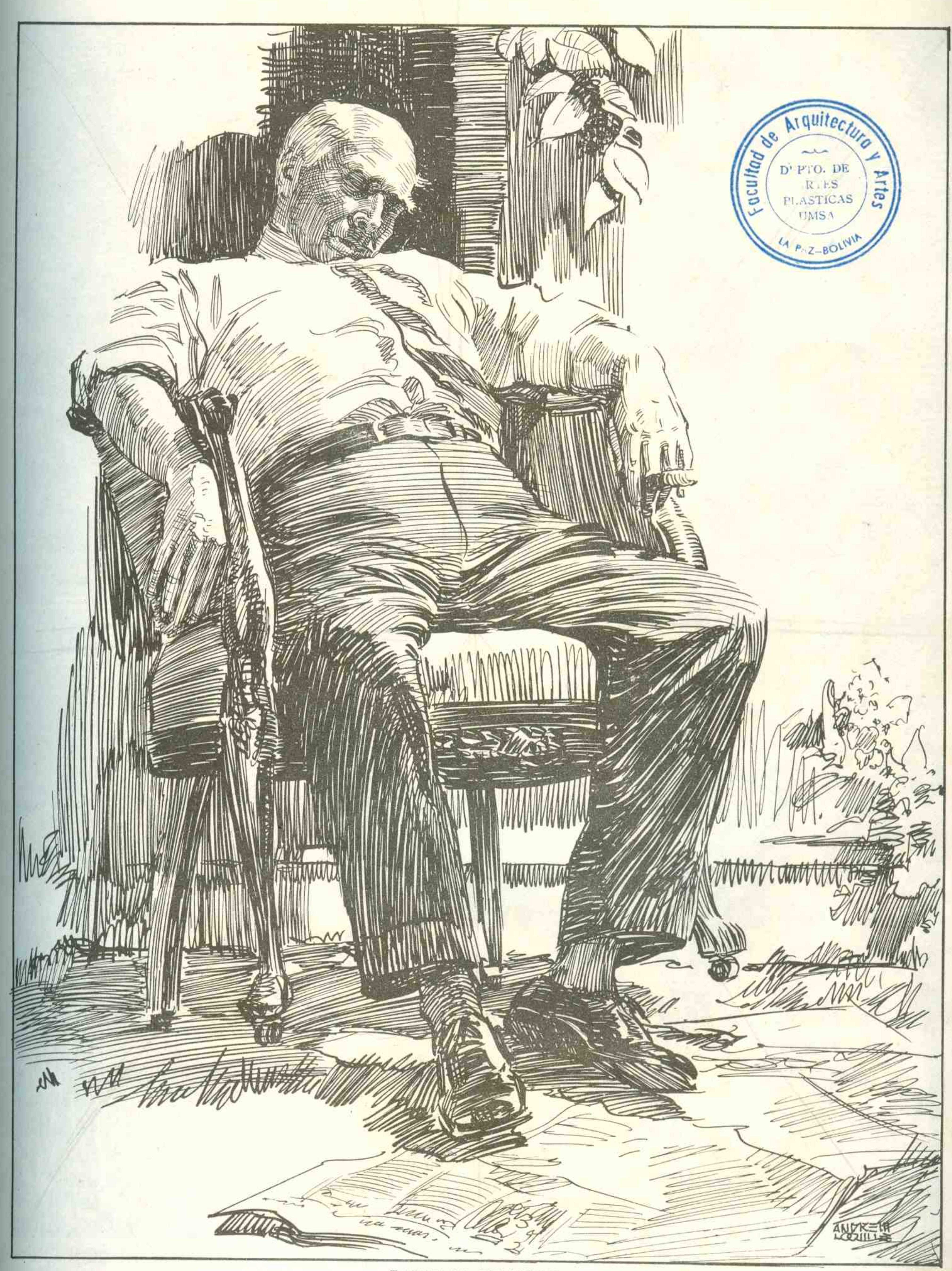


HACED ESTUDIOS DE LA CABEZA U OTRAS PARTES IMPORTANTES. ESTO OS AHORRARA MUCHAS PREOCUPACIONES.

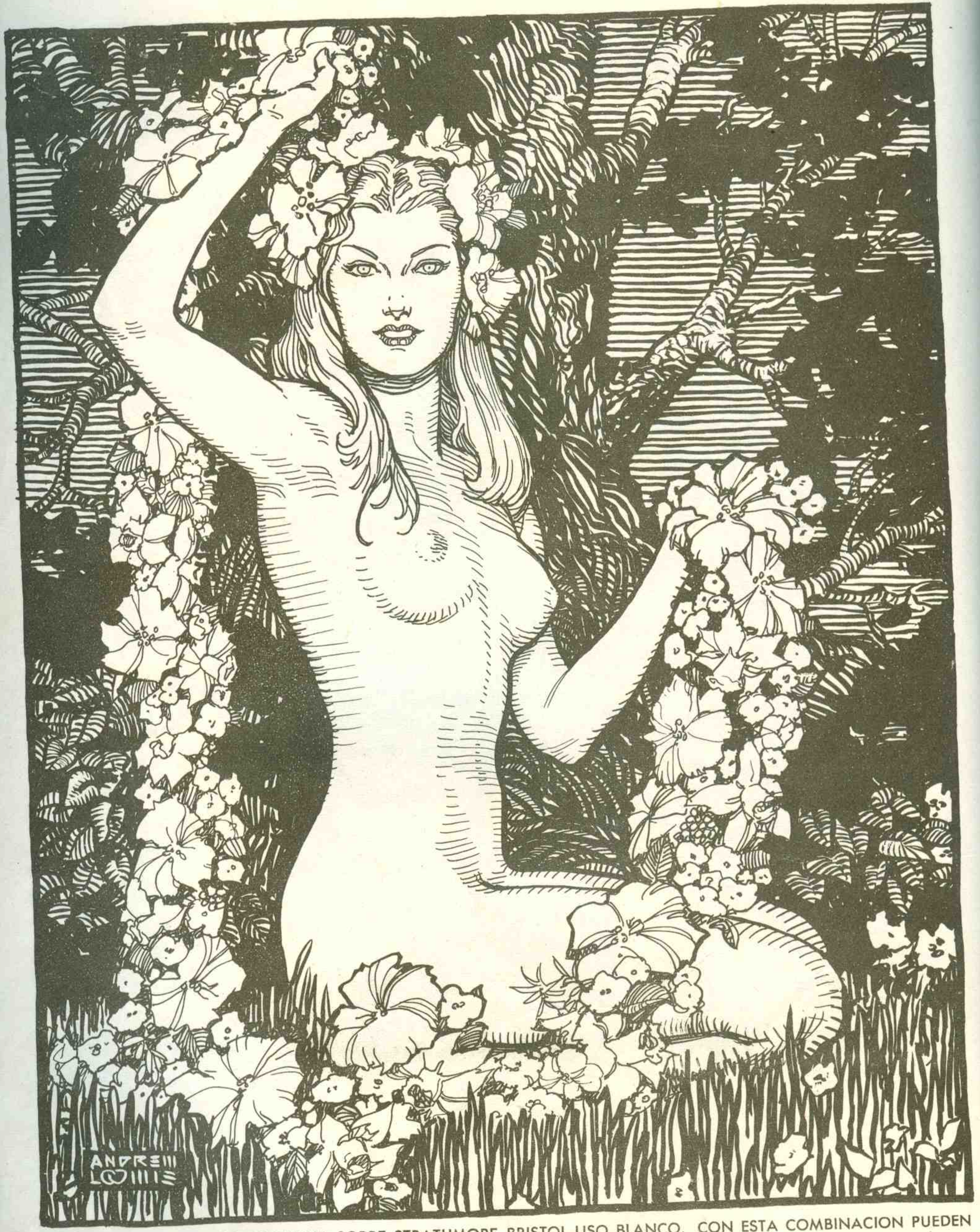


PODEIS MODELAR DENTRO DE UN TONO MEDIANTE RAYAS TRANSVERSALES.

CUANDO SABEIS CUALES SERAN VUESTROS VALORES, ES MAS FACIL OBTENERLOS EN VUESTRO TRABAJO FINAL.



TARDE DE DOMINGO

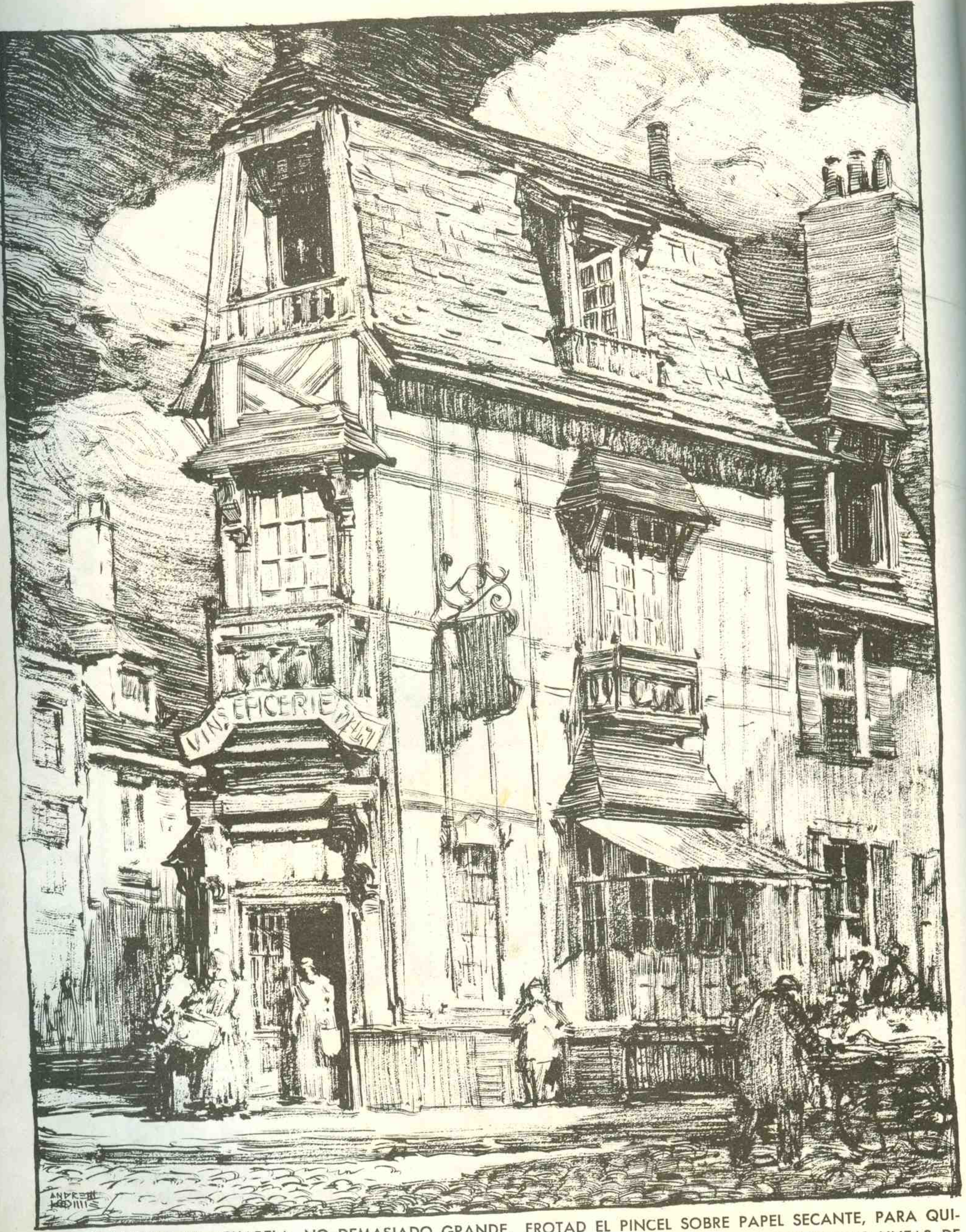


COMBINACION DE PLUMA Y PINCEL SOBRE STRATHMORE BRISTOL LISO BLANCO. CON ESTA COMBINACION PUEDEN OBTENERSE MUCHOS BUENOS EFECTOS. EL DISEÑO FUE OBTENIDO MEDIANTE LA SUBDIVISION INFORMAL.



DIBUJO A PINCEL SOBRE CARTULINA STRATHMORE BRISTOL. LA COMPOSICION ESTA BASADA EN UNA DISTRIBUCION CIRCULAR CON UNA "LUZ RADIANTE" DETRAS. ESTE ES UN PROCEDIMIENTO INFALIBLE PARA ATRAER LA ATENCION SOBRE EL TEMA. DIBUJAD LOS RADIOS PRIMERO.

PINCEL SECO



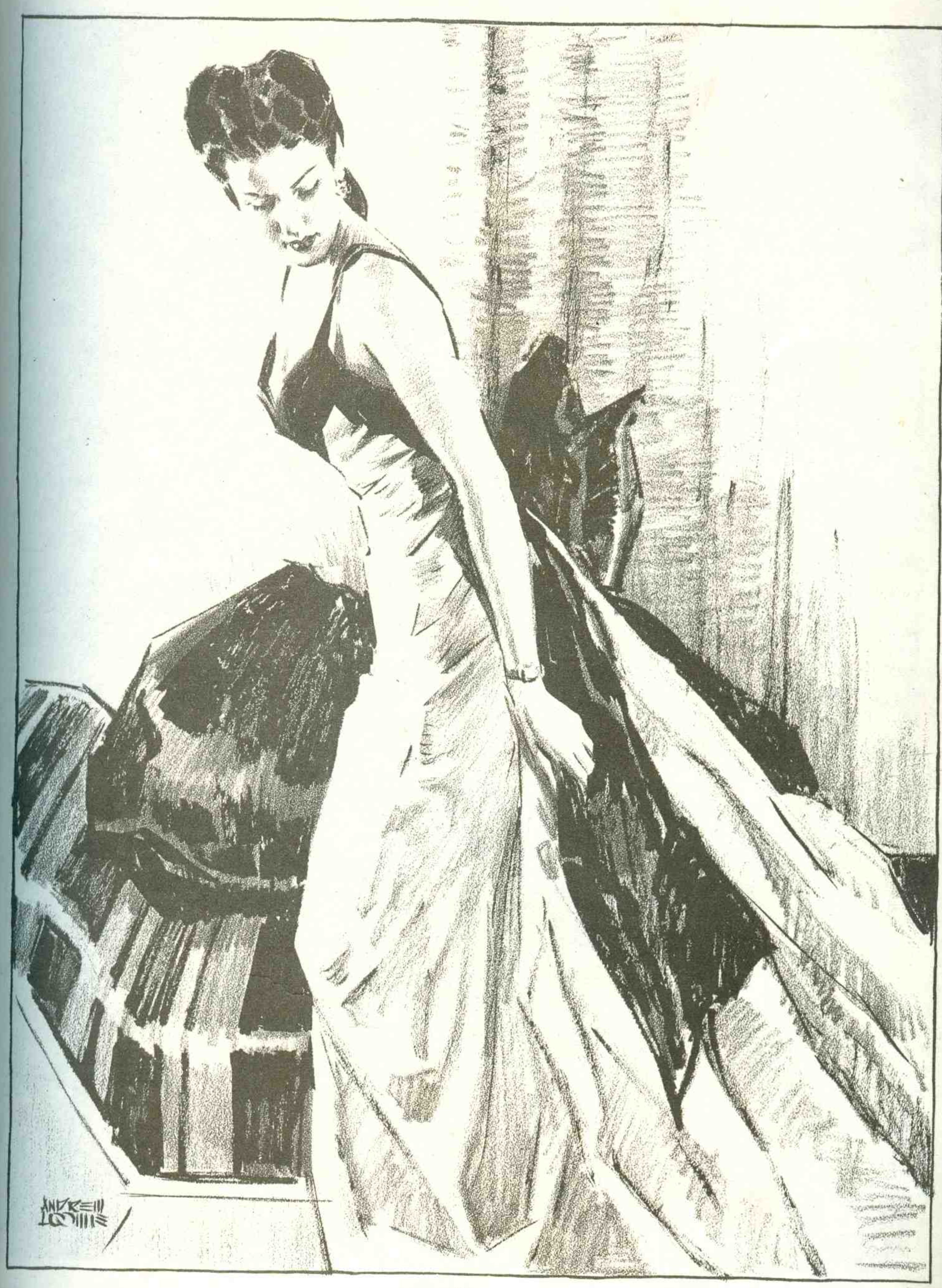
USAD UN PINCEL DE ACUARELA, NO DEMASIADO GRANDE. FROTAD EL PINCEL SOBRE PAPEL SECANTE, PARA QUITARLE CASI TODA LA TINTA. APLANAD LA PUNTA DEL PINCEL PARA QUE PUEDAN DIBUJARSE VARIAS LINEAS DE UNA SOLA PINCELADA. BUSCAD LAS MASAS DE LUZ, GRIS Y OSCURIDAD.





CLAVAD UNA HOJA DE PAPEL TRANSPARENTE SOBRE VUESTRO DIBUJO. LUEGO CORTAD CON UNA NAVAJA LAS PARTES QUE DESEAIS SALPICAR. USAD UN CEPILLO DE DIENTES O UN PINCEL RIGIDO, NO DEMASIADO GRANDE. EL SALPICADO SE REALIZA COMBANDO SOBRE EL DIBUJO LAS CERDAS DEL PINCEL Y SOLTANDOLAS LUEGO. ES UN BUEN PROCEDIMIENTO PARA DAR VARIEDAD Y VIVACIDAD A UN DIBUJO. ENSAYADLO.

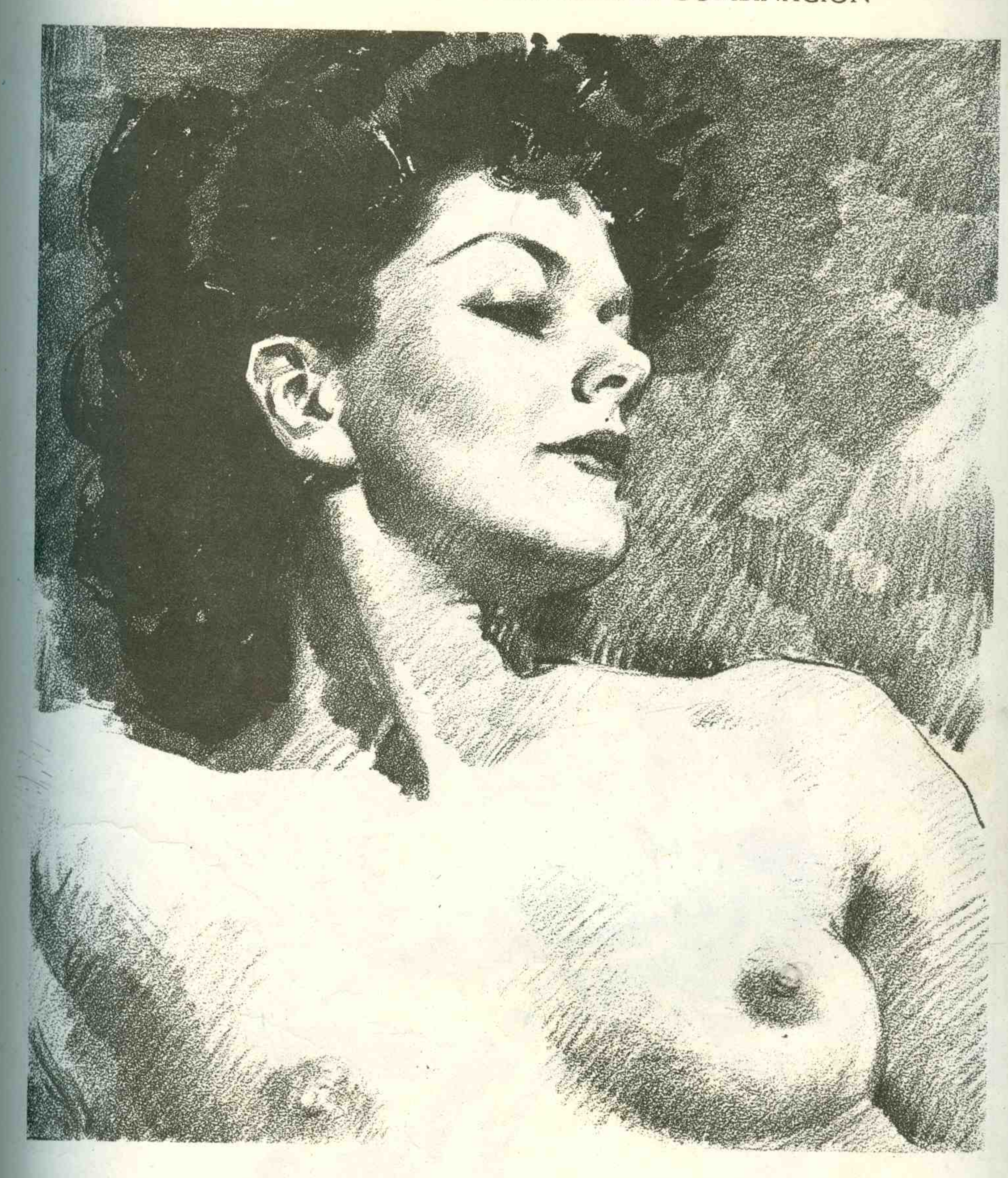
PINCEL SECO Y LAPIZ NEGRO SOBRE PAPEL GRANULADO



TINTA Y LAPIZ NEGROS, Y BLANCO DE AFICHE EN PAPEL DE MARQUILLA



HAY NUEVAS POSIBILIDADES EN ESTA COMBINACION



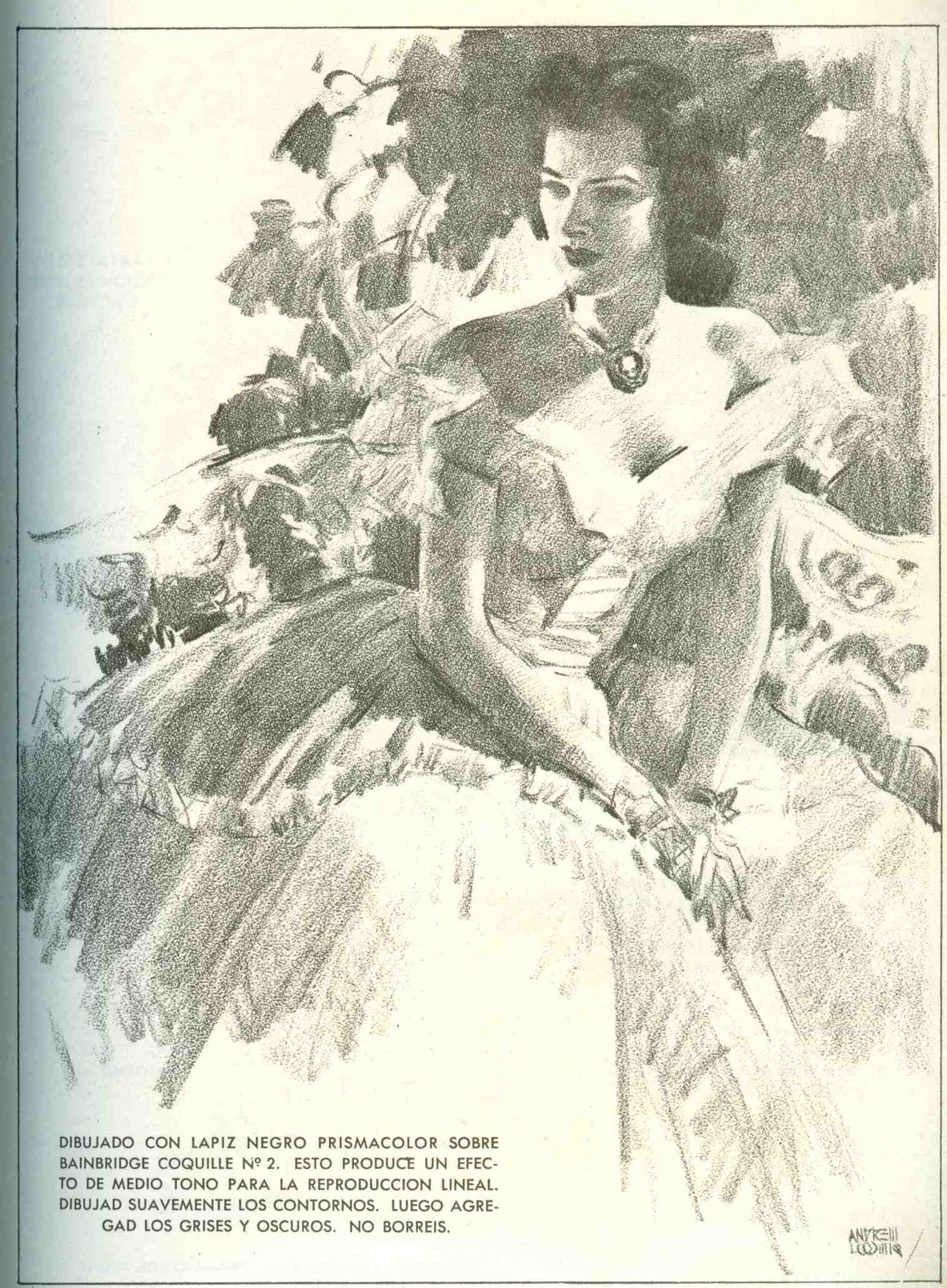
DIBUJADO CON LAPIZ PRISMACOLOR NEGRO 935 SOBRE BAINBRIDGE COQUILLE Nº 2. LOS NEGROS ESTAN PINTADOS CON TINTA NEGRA PARA DIBUJO MARCA HIGGINS. ESTA COMBINACION FORMA UNA ESCALA COMPLETA DE VALORES DESDE EL NEGRO AL BLANCO. PERMITE LA REPRODUCCION LINEAL, PERO DA UN EFECTO DE MEDIO TONO. SORPRENDENTES EFECTOS CON IMPRESION BARATA SOBRE PASTA DE MADERA. VALE LA PENA EXPERIMENTAR. EL PAPEL ES DEMASIADO POROSO PARA LA PLUMA, EMPLEAD UN PINCEL.

"SANGUINE" SOBRE PAPEL GRANULADO



EL "SANGUINE" ES UN LAPIZ NEGRO QUE VIENE EN BARRITAS CUADRADAS. NO TIENE BRILLO. PUEDE SER FROTADO O NO. DIBUJO HECHO SOBRE BAINBRIDGE COQUILLE Nº 3, SIN FROTADO, PARA REPRODUCCION LINEAL. REDUCIDO A LA MITAD.

LAPIZ NEGRO SOBRE PAPEL GRANULADO



DIBUJADO CON LAPIZ NEGRO PRISMACOLOR SOBRE BAINBRIDGE COQUILLE Nº 2. ESTO PRODUCE UN EFECTO DE MEDIO TONO PARA LA REPRODUCCION LINEAL. DIBUJAD SUAVEMENTE LOS CONTORNOS. LUEGO AGREGAD LOS GRISES Y OSCUROS. NO BORREIS.

ETAPAS DEL DIBUJO



¡OBTENED UNA BUENA COPIA, PERO NO LA COPIEIS SERVILMENTE!

HAY MUCHAS MANERAS DE DIBUJAR. DIBUJAD A VUESTRA MANERA, PERO CON UN PROCEDIMIENTO LOGICO. NO TRATEIS DE HACER TODO AL MISMO TIEMPO. TODO DIBUJO ES PROPORCION. CONSISTE EN LA EXACTITUD DE LA LINEA O EN LA EXPRESION DE LA LUZ SOBRE LA FORMA. TODA AREA ESTA EN LA LUZ, EN MEDIO TONO, O EN SOMBRA. VOSOTROS DEBEIS DECIDIR EN CADA CASO.

3/4

CUARTA ETAPA: ADICION DE LUCES Y ACENTOS

TERCERA ETAPA: MODELADO DE LOS PLANOS

1/2

SEGUNDA ETAPA: SEPARACION DE LUZ Y SOMBRA

1/4

PRIMERA ETAPA: CONTORNO

MATERIALES: COQUILLE Nº 3 — PRISMA COLOR NEGRO



HE DEJADO ESTE DIBUJO SIN COMPLETAR PARA MOSTRAROS EL PROCEDIMIENTO. DESEMBARAZAOS DE "MULETAS" PARA DIBUJAR, Y HACEDLO TODO VOSOTROS MISMOS. LA UNICA MANERA DE DIBUJAR ES HACERLO CONTINUAMENTE. CUANDO **VOSOTROS MISMOS** LO HACEIS, GANAIS FUERZA. SI EMPLEAIS RECURSOS INDEBIDOS, VOSOTROS SEREIS LOS PERJUDICADOS.

LAPICES BLANCO Y NEGRO SOBRE PAPEL GRIS

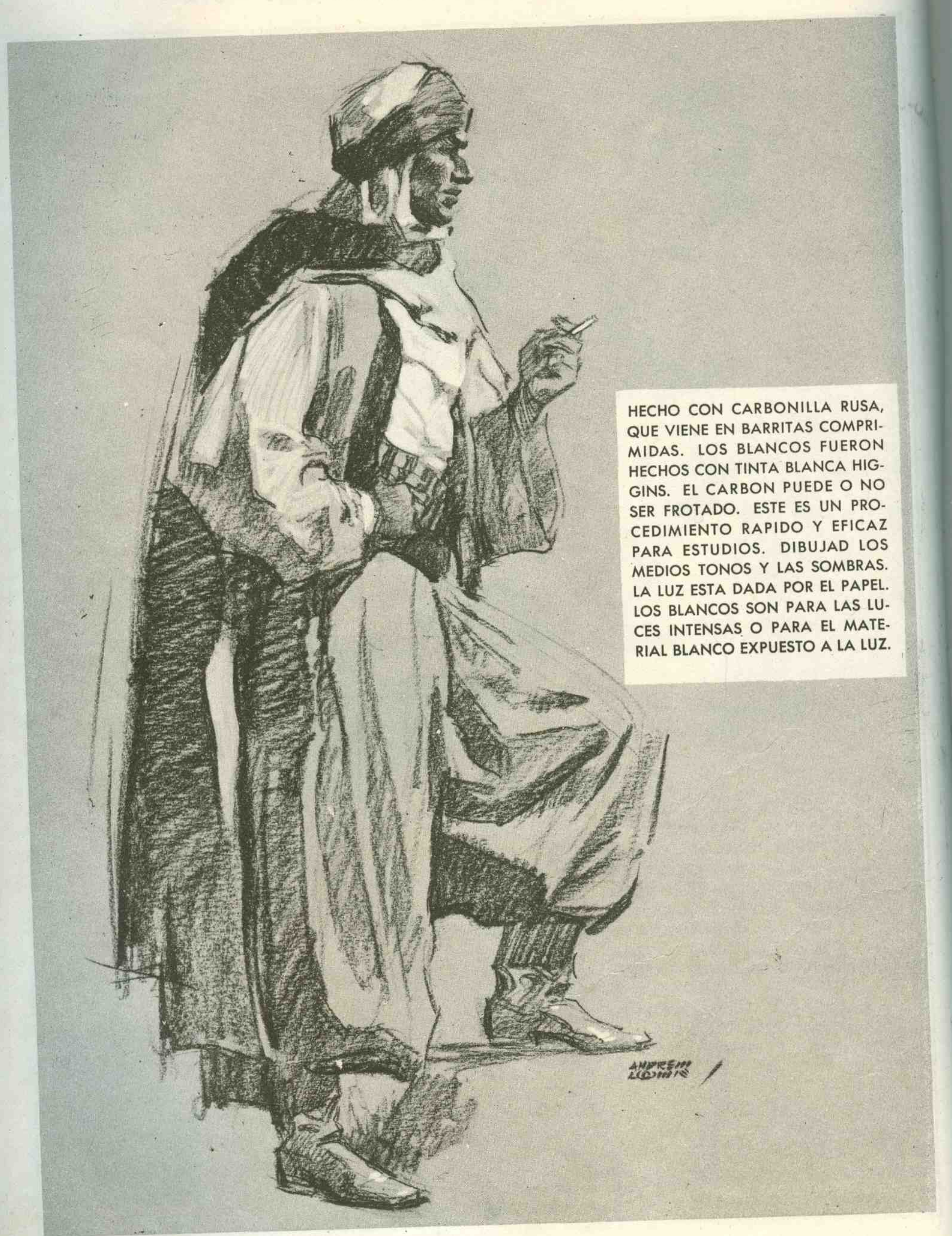


UNO DE LOS MEJORES PROCEDIMIENTOS PARA ESTUDIOS PRELIMINARES. USAD EL TONO DEL PAPEL PARA LOS CLAROS. EL LAPIZ ES PARA LOS MEDIOS TONOS Y LOS OSCUROS. LOS BLANCOS SE HAN USADO SOLO PARA LAS LUCES O AREAS BLANCAS. EL CARBON Y LA TIZA SON IGUALMENTE BUENOS.



¡PUEDE OCURRIR CUALQUIER COSA! NO DESPERDICIEIS LA OPORTUNIDAD QUE DAN EL USO DE LA LINEA Y EL BLANCO SOBRE PAPEL GRIS. EL PINCEL SECO, CRAYON, CARBON, PASTEL, SANGUINE, CONTÉ Y OTROS CRAYONES NEGROS, CARBON Y OTROS LAPICES NEGROS — TODOS ELLOS SON EFICACES. PODEIS OBTENER ALGUN EFECTO ORIGINAL Y UNICO.

CARBONILLA SOBRE PAPEL GRIS



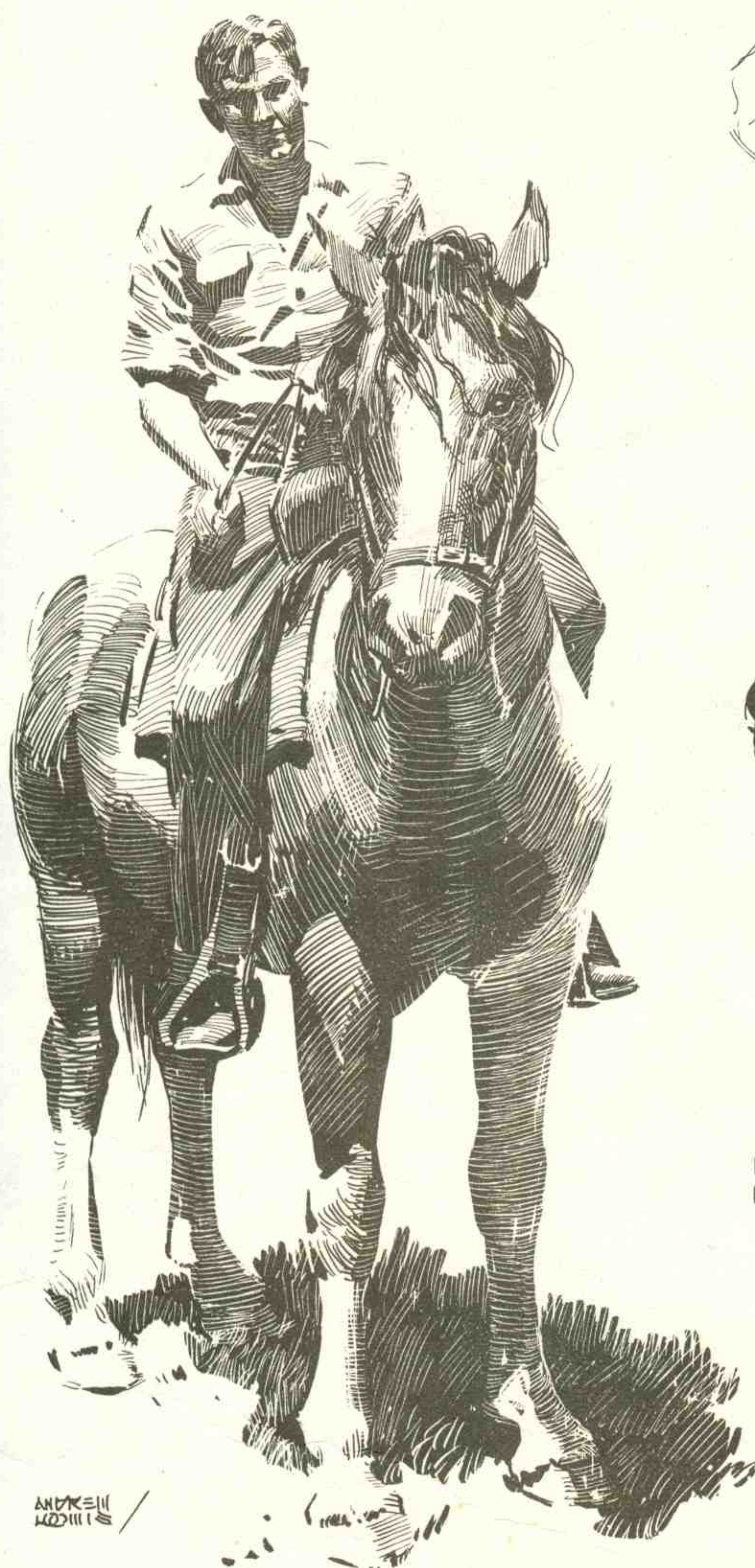
HECHO CON CARBONILLA RUSA, QUE VIENE EN BARRITAS COMPRIMIDAS. LOS BLANCOS FUERON HECHOS CON TINTA BLANCA HIGGINS. EL CARBON PUEDE O NO SER FROTADO. ESTE ES UN PROCEDIMIENTO RAPIDO Y EFICAZ PARA ESTUDIOS. DIBUJAD LOS MEDIOS TONOS Y LAS SOMBRAS. LA LUZ ESTA DADA POR EL PAPEL. LOS BLANCOS SON PARA LAS LUCES INTENSAS O PARA EL MATERIAL BLANCO EXPUESTO A LA LUZ.

PINCEL SECO SOBRE PAPEL GRIS CON BLANCOS




¡EL APROCHE
ES SIMPLE!
EN LA LUZ TRABAJAIS
CON NEGRO CONTRA
BLANCO, USANDO UNA
PLUMA.
EN LA SOMBRA
TRABAJAIS CON
BLANCO CONTRA
NEGRO. LLENAD LAS SOMBRAS
CON NEGRO SOLIDO USANDO
EL PINCEL. DESPUES, RASPAD.

ESGRAFIADO

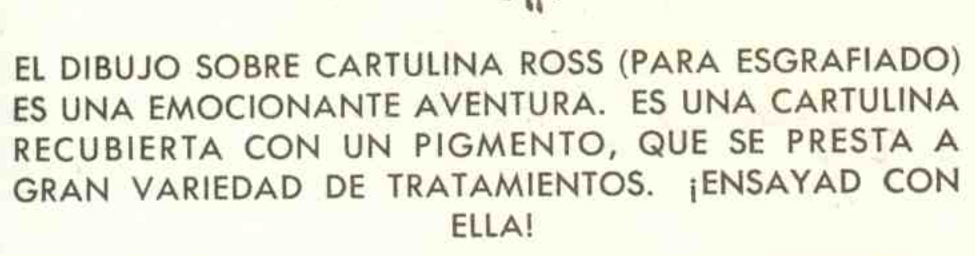




PLANEAD VUESTRO TEMA (LAPIZ).



DIBUJAD LOS MEDIOS TONOS CON LA PLUMA. PINTAD LAS SOMBRAS SOLIDAS. (PINCEL PEQUEÑO.)



EL DIBUJO SOBRE CARTULINA ROSS (PARA ESGRAFIADO) ES UNA EMOCIONANTE AVENTURA. ES UNA CARTULINA RECUBIERTA CON UN PIGMENTO, QUE SE PRESTA A GRAN VARIEDAD DE TRATAMIENTOS. ¡ENSAYAD CON ELLA!







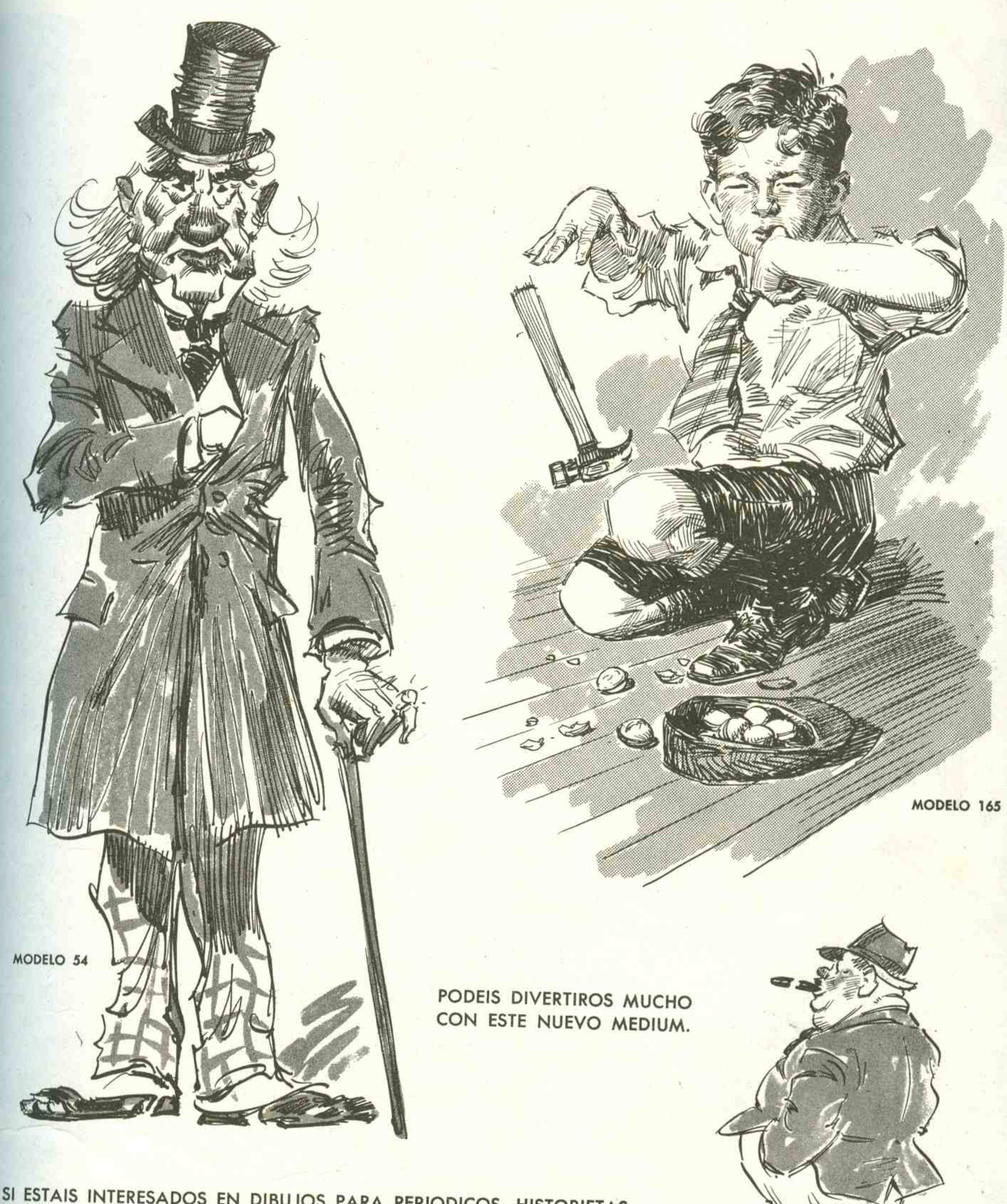
RASPAD LINEAS EN LA SOMBRA CON UNA PUNTA AGUDA (CORTAPLUMAS)



MODELO 209 DOBLE TONO

EL CRAFTINT ES ALGO QUE VOSOTROS DEBEIS CONOCER. LAS MALLAS CUADRICULADAS Y EL RAYADO REEMPLAZAN EL SOMBREADO. SE PINTAN DIRECTAMENTE SOBRE EL DIBUJO ORIGINAL CON REVELADORES QUE TORNAN VISIBLES LAS MALLAS. LAS HOJAS PARA CRAFTINT VIENEN EN DIVERSOS TIPOS DE MALLA FINAS Y GRUESAS, PARA UN TONO O PARA DOS. LOS NEGROS SE AGREGAN CON TINTA HIGGINS. ENSAYAD ESTE PROCEDIMIENTO.

"CRAFTINT"

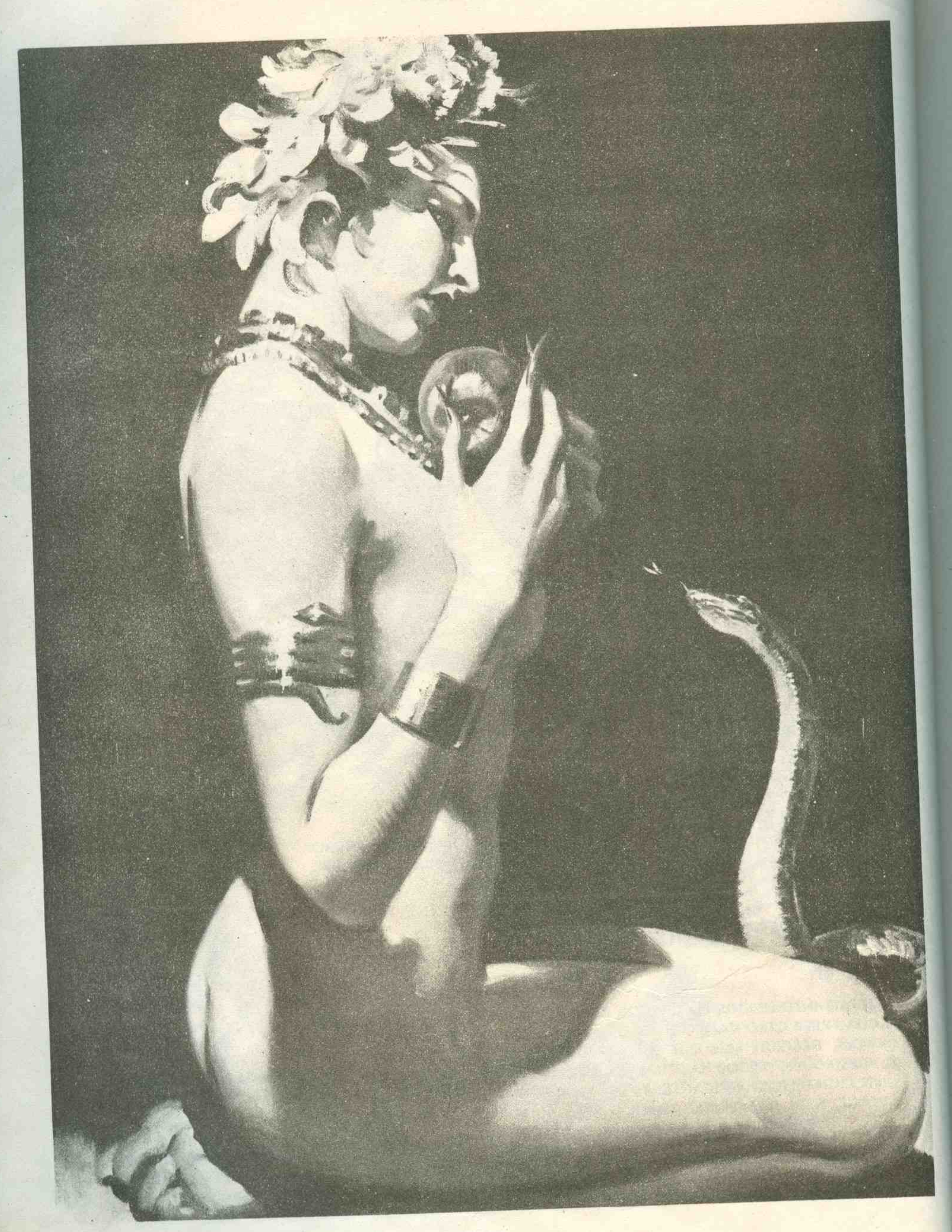


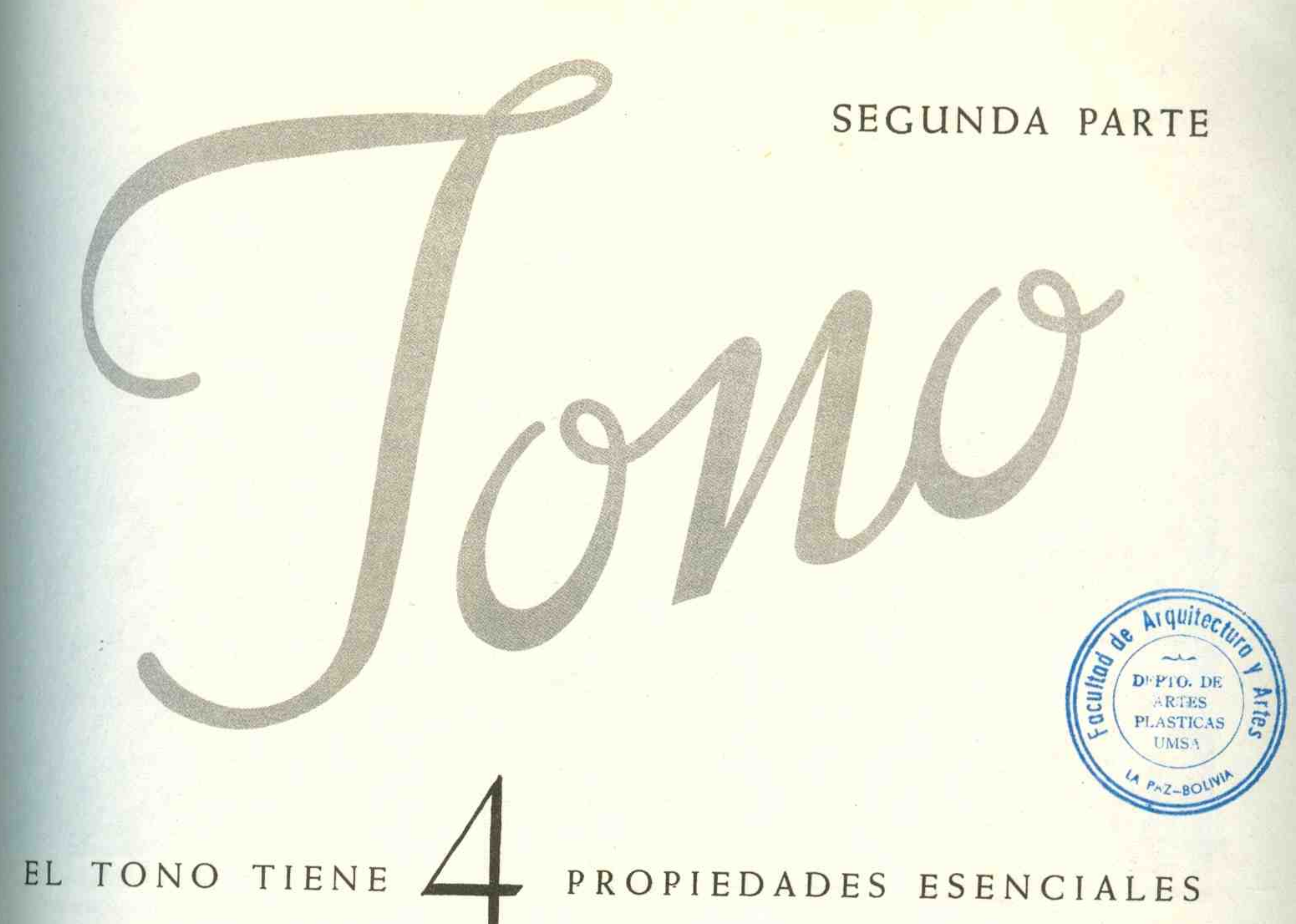
MODELO 54

MODELO 165

PODEIS DIVERTIROS MUCHO CON ESTE NUEVO MEDIUM.

SI ESTAIS INTERESADOS EN DIBUJOS PARA PERIODICOS, HISTORIETAS O CUALQUIER OTRO CAMPO EN QUE HAGAN FALTA ORIGINALIDAD Y RAPIDEZ, DESCUBRIREIS QUE EL CRAFTINT ES UNA INNOVACION. SI VUESTRO PROVEEDOR HABITUAL NO OS LO PUEDE SUMINISTRAR, LA DIRECCION DE LOS FABRICANTES ES: CRAFTINT MFG. CO., 210 ST. CLAIR AVENUE, N. W., CLEVELAND, OHIO, U. S. A. SOLICITAD FOLLETOS DE PROPAGANDA. OS CAUSARA BUENA IMPRESION.





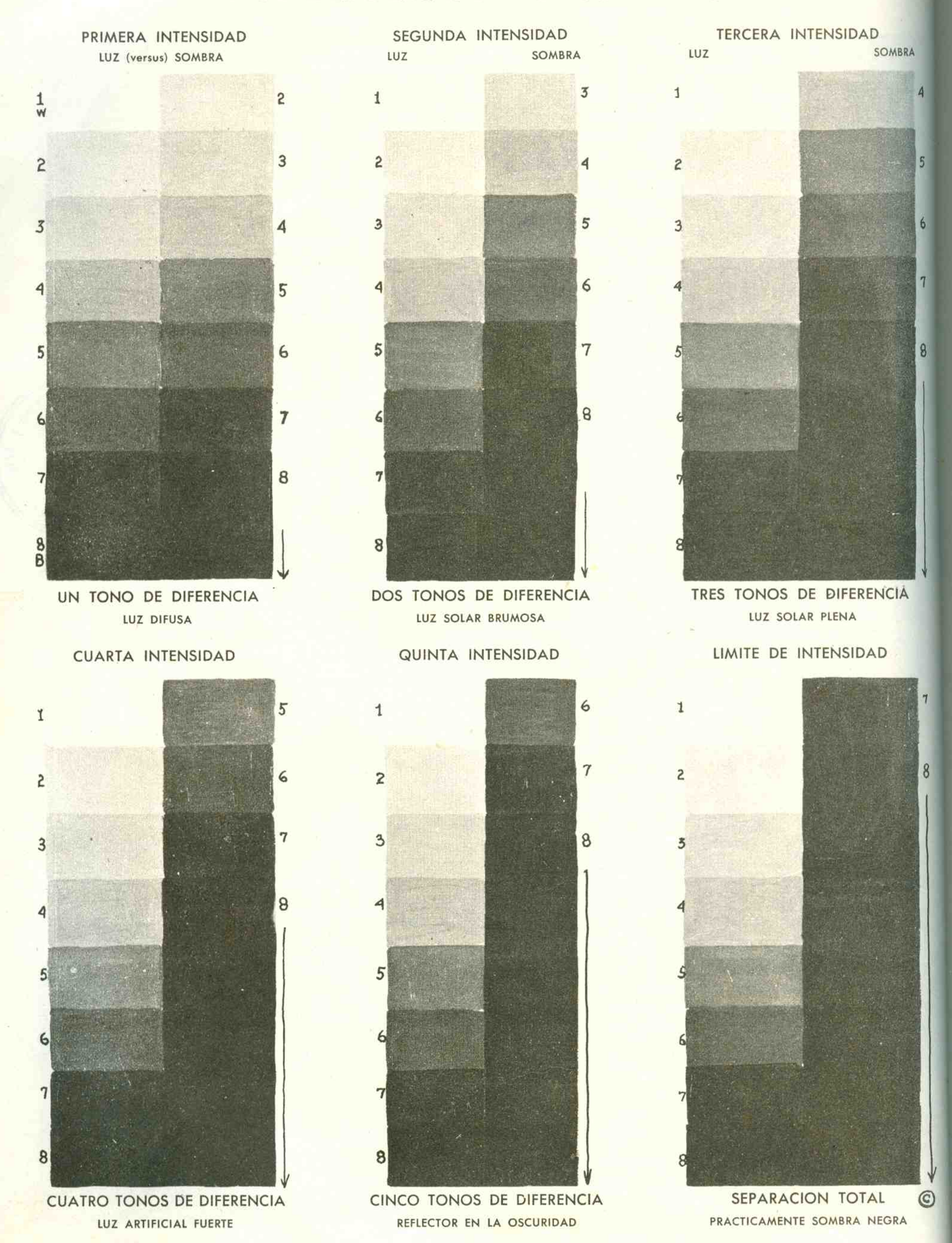
SEGUNDA PARTE

EL TONO TIENE 4 PROPIEDADES ESENCIALES

1. Intensidad de la luz en relación con la sombra.
2. Relación de valor con todos los tonos adyacentes.
3. Identificación de la naturaleza y cualidad de la luz.
4. Incorporación de la influencia de la luz refleja.

Tono es el grado de valor entre el blanco y el negro, la iluminación u oscuridad de un valor en relación con los demás valores. El tono es la apariencia visual "del momento", tal como es afectada por la luz y la luz refleja sobre una superficie, o por la falta de luz, que produce la oscuridad. Todo tiene su valor propio, o "valor" local, que puede ser iluminado u oscurecido mediante la luz o la falta de ella. Al pintor sólo le interesa el efecto de la luz o la oscuridad sobre el valor local, y no el valor local en sí. De manera que cuando hablamos de tono, lo que queremos decir es lo siguiente: ¿cuán iluminado o cuán oscuro está un objeto en comparación con los demás? ¿Cuán iluminada está la cara expuesta a la luz en comparación con la cara en sombra? ¿O el fondo, la chaqueta, etc.? La piel oscura, expuesta a una luz brillante, puede parecer muy iluminada, y viceversa la piel pálida en sombra, o en silueta contra una luz brillante, muy oscura. Decimos que un vestido es rosado claro, o gris intermedio, o azul oscuro. En este caso hablamos del valor local, o color, y no del tono. En términos de valor tonal, el mismo vestido puede poseer cualquiera de los tres valores según las condiciones del momento, o "influencia" de la luz, la sombra o la luz refleja. Al dibujar o pintar buscamos, pues, el efecto, sin tener en cuenta lo que son los objetos "localmente". Sólo una luz diurna neutra, difusa, el valor local y el valor tonal coinciden.

INTENSIDADES BASICAS DE LUZ CONTRA SOMBRA



Sabemos que la llamada piel "blanca" no es blanca en realidad. Sin embargo, puede aparecer blanca en una fotografía. Sabemos que tampoco es negra, y sin embargo en las fotografías la sombra que cae sobre ella puede ser muy negra. Teóricamente entonces, la cámara registra el tono, "la influencia del momento". Es verdad que el *film* o el papel no siempre registran el tono tal como es, o como lo ve el ojo, pero es tono a pesar de todo.

Variando las condiciones de iluminación podemos sacar fotografías, o dibujar o pintar cuadros de un mismo tema, obteniendo diversos conjuntos de valores.

Esto nos lleva a la primera propiedad del tono.

1. Intensidad de la luz en relación con la sombra.

Entre luz y sombra existe siempre una relación. Cuanto más brillante la luz, más oscura, por contraste, parece la sombra. Cuanto más apagada la luz, más se aproxima el valor de la sombra al valor de la zona iluminada. Con una iluminación difusa las luces y las sombras también se hacen difusas. Con una iluminación brumosa o mortecina los valores de las luces y las sombras se aproximan mucho. Es decir que la relación entre luz y sombra depende enteramente de la intensidad de iluminación.

En la página anterior hemos establecido las intensidades básicas. Ahora bien, cualquiera sea el grado de diferencia entre luz y sombra, esa diferencia persiste en todas las luces y sombras del cuadro. Si la sombra, por ejemplo, es solamente un tono más oscuro que la luz, todas las sombras, prescindiendo de la luz refleja, deberán ser un tono más oscuras que las áreas iluminadas. Si la luz es más fuerte, puede haber dos tonos de diferencia. Es decir, que sea cual fuere el tono que pintemos en la luz, deberemos pintar la sombra dos veces más oscura. La diferencia básica abarca hasta seis intensidades, que es aproximadamente el número total de valores entre negro y blanco. Con un número mayor de intensidades difícilmente se obtendría diferenciación en la reproducción corriente. En la página siguiente encontraréis un tema trabajado en cuatro de las seis intensidades. En una noche oscura un hombre alumbrado por un reflector parecería estar compuesto de sombras negras o casi negras. Pero a la luz difusa de un día nublado, el mismo hombre tendría sombras de valores tan aproximados que sería difícil distinguir unas de otras. Estos son, pues, los extremos de las intensidades. Es decir, que no existe una relación fija entre la luz y la sombra. El valor local desempeña poco papel en esto, y todo depende en realidad del Principio de la Forma, "el aspecto del momento, en relación con el medio circundante".

2. Relación de valor con todos los tonos adyacentes.

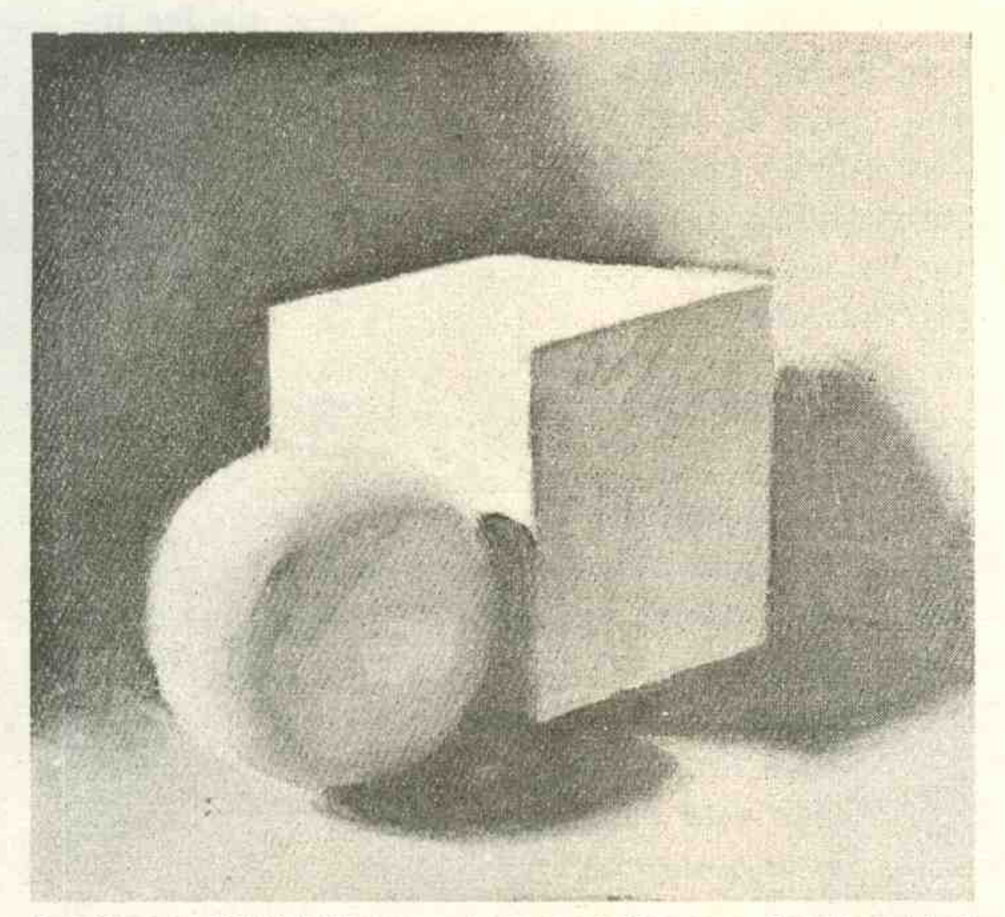
En cualquier luz los objetos son tanto más claros o tanto más oscuros que aquellos otros contra los cuales aparecen, o que los rodean. Es decir que las áreas o espacios de un cuadro tienen relación entre sí. Si un área, por ejemplo, es dos tonos más oscura que otra, se dice que existe una relación de dos tonos. Es esta relación lo que debe conservarse. Podemos dar a las áreas cualesquier valores dentro de la escala, siempre que conservemos esa diferencia de dos tonos, o la que según el caso hayamos elegido. De este modo podemos hacer que todos los valores sean altos o bajos, manteniendo la relación. Es en cierto modo como el *mi* y el *sol* (por ejemplo) de la escala musical, que pueden ser tocados altos o bajos. Otro ejemplo ilustrativo es el de las reproducciones de fotografías, que pueden hacerse más claras o más oscuras, aumentando o decreciendo parejamente los valores pero manteniendo siempre la misma relación tonal. Esto es lo que queremos decir cuando hablamos de "clave" de un cuadro. Si esa relación entre los tonos no se mantiene, el cuadro pierde unidad, brillantez y armonía, y se hace "sucio". Esta es la razón de la falta de brillo de muchos cuadros.

3. Identificación de la clase de luz.

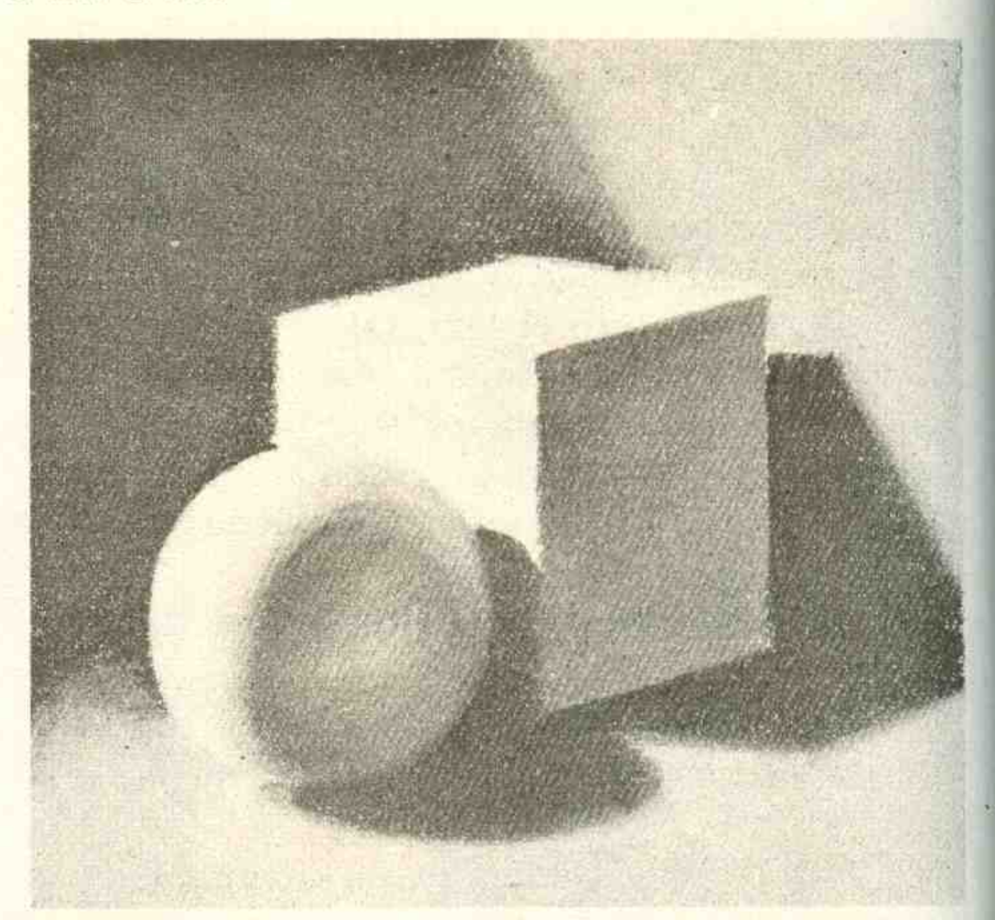
Según la clase y relación de valores adquiere el cuadro la clase y cualidad de luz. Si los valores son correctos, el cuadro parece tener luz solar, luz diurna, o luz nocturna, según el caso. Podéis tener la seguridad de que la calidad de luz del cuadro contribuye en gran medida a hacerlo hermoso, y a darle "cualidad de existencia". Cuando los valores están equivocados, una parte del cuadro puede sugerir una luz potente, mientras que otra parte del mismo cuadro sugiere una luz difusa. Esto determina una incongruencia, una falta de fidelidad a la naturaleza, y convierte al cuadro en un baturrillo. La iluminación debe ser congruente en

COMO ESTABLECER RELACION CONSISTENTE ENTRE LUZ Y SOMBRA

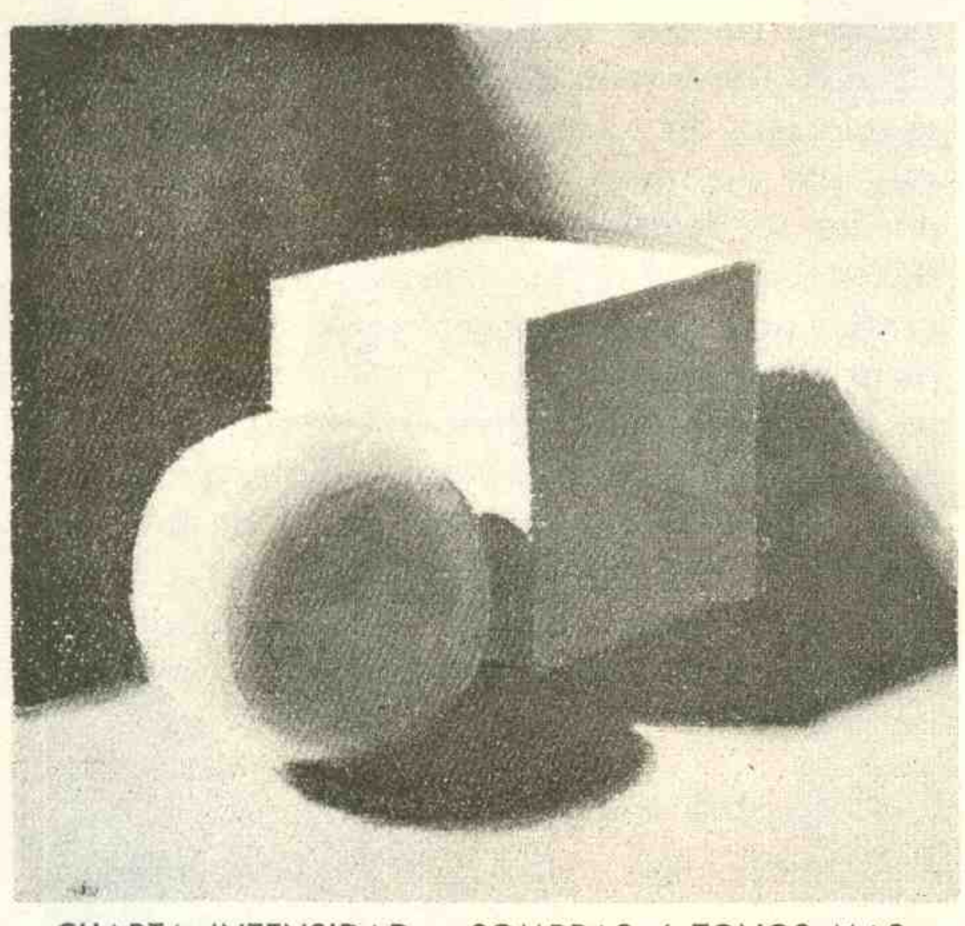
LOS VALORES USADOS ABAJO PARA LA SOMBRA PERMANECEN CONSTANTES. LAS SOMBRAS HAN SIDO REBAJADAS UN TONO EN CADA CASO.



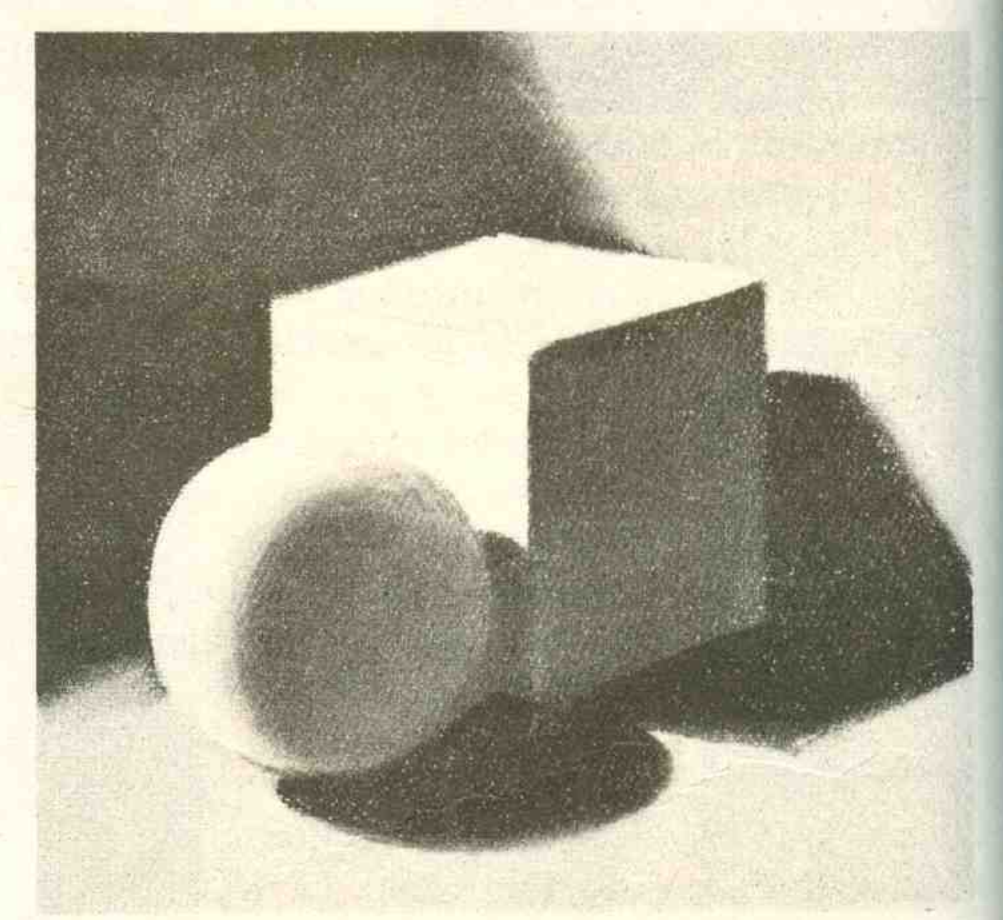
SEGUNDA INTENSIDAD = LAS SOMBRAS 2 TONOS MAS OSCURAS QUE CUALQUIER VALOR USADO EN LA LUZ.



TERCERA INTENSIDAD – TODAS LAS SOMBRAS SON 3 TONOS MAS OSCURAS QUE CUALQUIER VALOR EN LA LUZ.



CUARTA INTENSIDAD = SOMBRAS 4 TONOS MAS OSCURAS.

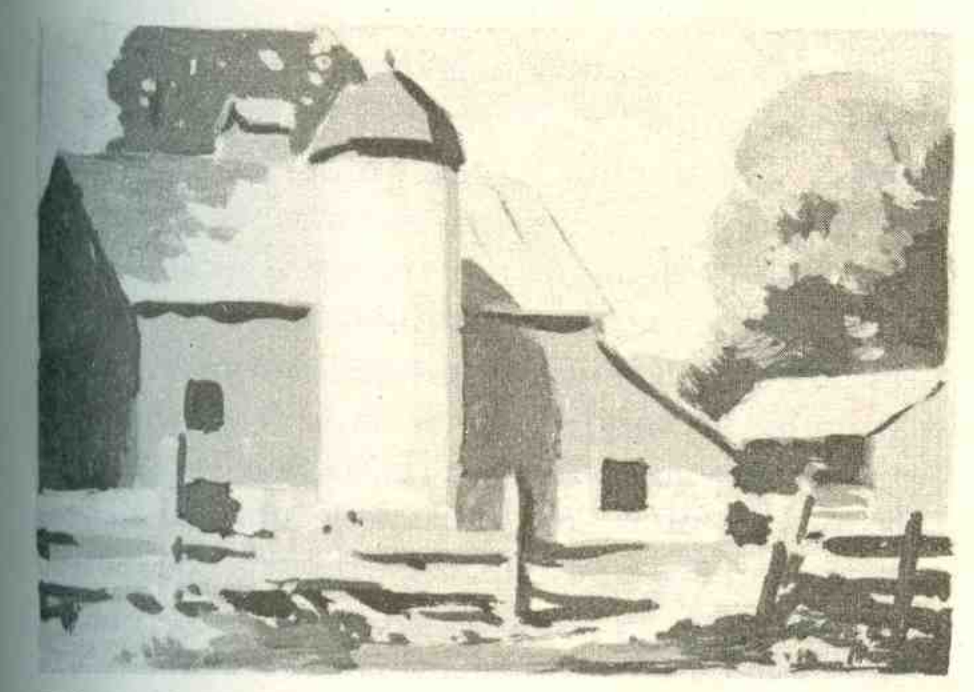


QUINTA INTENSIDAD = SOMBRAS 5 TONOS MAS OSCURAS.

OBSERVAD QUE AUNQUE LA LUZ NO VARIA, EN REALIDAD, PARECE MAS INTENSA A MEDIDA QUE SE OSCURECEN LAS SOMBRAS. MEZCLAD UNA ESCALA DE OCHO VALORES DEL BLANCO AL NEGRO. PARA CUALQUIER EFECTO DE LUZ, SOLO PODEMOS TRABAJAR DEL BLANCO AL OSCURO. POR LO TANTO, SOLO PODEMOS LOGRAR BRILLANTEZ MEDIANTE EL CONTRASTE. PARA UNA LUZ DELICADA, USAD UNA ESTRECHA RELACION ENTRE LUZ Y SOMBRA. PARA OBTENER BRILLANTEZ Y FUERZA USAD UNA SEPARACION DE CUATRO O CINCO TONOS. RECORDAD QUE TODAS LAS LUCES Y SOMBRAS DEBEN TENER UNA SEPARACION TONAL CONSTANTE, SALVO CUANDO UNA SOMBRA ES EVIDENTEMENTE ILUMINADA POR UNA LUZ REFLEJA.

EL SIGNIFICADO DE LA CLAVE Y LA MANIPULACION DE VALORES

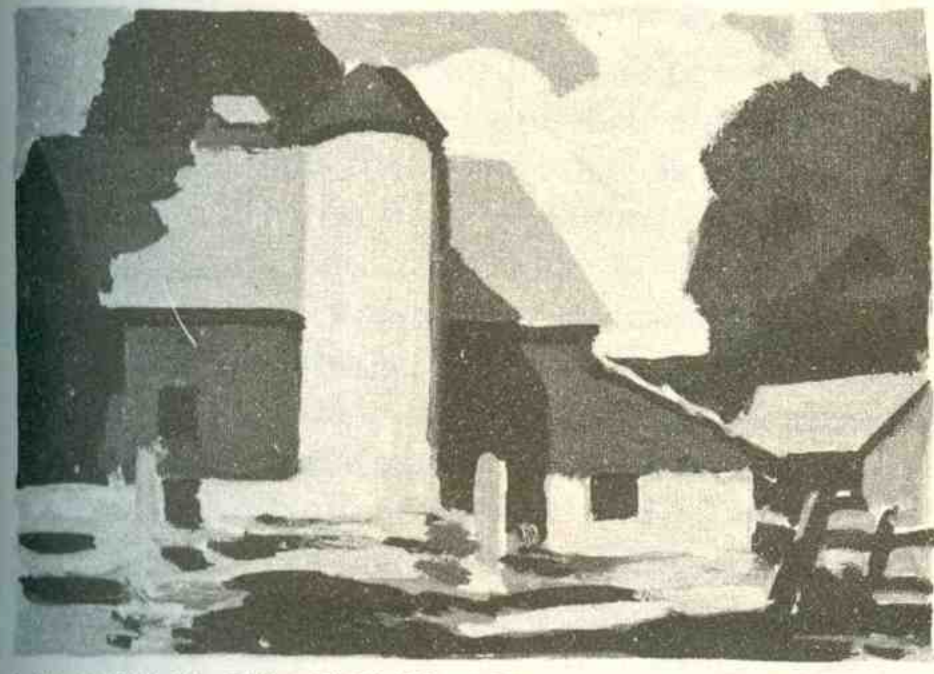
PARA CAMBIAR LA "CLAVE" SE SUBEN O BAJAN TODOS LOS VALORES DE LUZ Y SOMBRA



LOS VALORES PRINCIPALES EN EL EXTREMO SUPERIOR DE LA ESCALA NOS DAN UNA "CLAVE ALTA".



LAS MISMAS RELACIONES PUEDEN SER REBAJADAS UN TONO O DOS. ESTO SE LLAMA "CLAVE MEDIA".



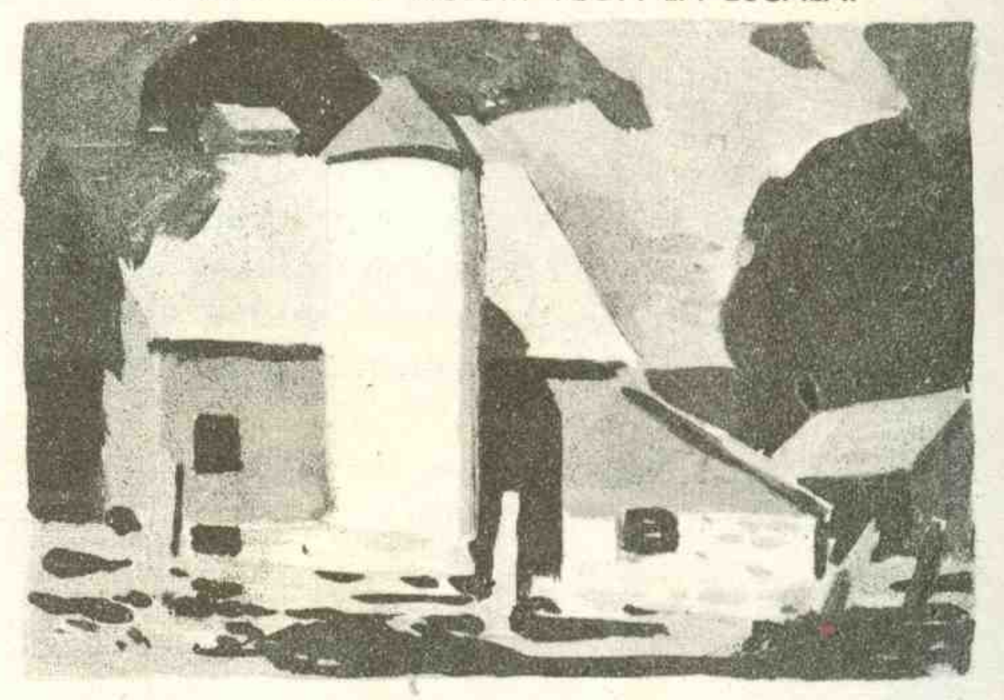
LAS MISMAS RELACIONES REBAJADAS AL EXTREMO INFERIOR DE LA ESCALA FORMAN UNA "CLAVE BAJA".



AQUI HEMOS FORZADO INTENCIONALMENTE LAS RELACIONES PARA INCLUIR TODA LA ESCALA.



FORZADO DE LA OSCURIDAD CONTRA LA LUZ.



FORZADO DE LA LUZ CONTRA LA OSCURIDAD.

ESTO DEMUESTRA LA GRAN VARIEDAD DE TRATAMIENTOS DE LOS VALORES QUE PODEIS EMPLEAR CUANDO TENEIS UN CABAL CONOCIMIENTO DE LO QUE ES "CLAVE" Y LO QUE ES "INTENSIDAD". ENTRE ESTOS SEIS TRATAMIENTOS NO HAY DOS IGUALES. HE AQUI UNA RAZON VALEDERA PARA HACER PEQUEÑOS BOCETOS O CROQUIS ANTES DE ENCARAR LA REALIZACION FINAL. OBSERVAD EL EFECTO DRAMATICO DE LOS DOS ULTIMOS. NUNCA PODEIS SABER CUALES SON LAS POSIBILIDADES DE VUESTRO TEMA HASTA QUE NO EXPERIMENTAIS CON EL. EN OTRAS PALABRAS, ¡¡SE TRATA DE PENSAR!!

su totalidad, lo que quiere decir que todos los valores deben caer dentro de una de las intensidades descritas anteriormente, además de ser veraces, pues sólo con valores verdaderos podemos pintar la luz.

4. Incorporación de la influencia de la luz refleja.

Cuando hablamos de intensidad básica de la luz, debemos tomar en cuenta el hecho de que las sombras, además de tener con respecto a la luz una relación de intensidad que las coloca varios tonos más abajo que aquélla, están también sujetas a otra influencia. Todo objeto sobre el cual cae la luz, devuelve parte de ella en forma de luz refleja. Es decir que con respecto a las sombras no es posible formular una regla absoluta. Si la luz resplandece sobre un fondo blanco, naturalmente algo de esa luz se reflejará sobre las sombras de los objetos cercanos. O sea que la sombra de un mismo objeto, expuesto a una misma luz, puede ser más clara o más oscura a causa del escenario que la rodea. Con luz diurna o natural casi todas las sombras contienen algo de luz refleja. Con luz artificial las sombras pueden aparecer completamente oscuras (y fotografiar en negro) a menos que recurramos a la luz refleja o a la llamada luz de "relleno". Pero la luz de relleno debe ser suave y de menor intensidad, porque lo que en realidad se busca mediante su empleo es la substitución del efecto normal que encontramos en la naturaleza. La luz solar no necesita luz de relleno para ser de por sí correcta y hermosa; sin embargo, en la filmación de exteriores para películas cinematográficas se emplea toda clase de reflectores. Si no se comprende bien el principio de la luz de relleno, los resultados parecen falseados, y en vez de añadir realismo y encanto se perjudica el conjunto.

La luz refleja, pues, es un "factor adicionado" a la intensidad básica, y como tal debe entendérsela. La luz refleja es en realidad luminosidad dentro de la sombra. Sin embargo, el borde de la sombra más próximo a la luz mantiene por lo general la relación de intensidad. Eliminando la luz refleja, la sombra vuelve, en su totalidad, a la relación básica de intensidad. Tened en cuenta esto, que podría formularse así: "Esta sombra conservaría la diferencia tonal de las demás sombras, si no fuera por la luz refleja que eleva su valor". Con esto queremos decir, asimismo, que algunas sombras pueden apresar más luz refleja que otras sombras del mismo cuadro. La verdad es que si no introducís la luz refleja donde debe normalmente aparecer, la forma pierde solidez, y la sombra parece "muerta". Parece demasiado pesada, sin luz, sin aire. La luz refleja tiene la virtud de dar relieve a los objetos, de infundirles aspecto tridimensional.

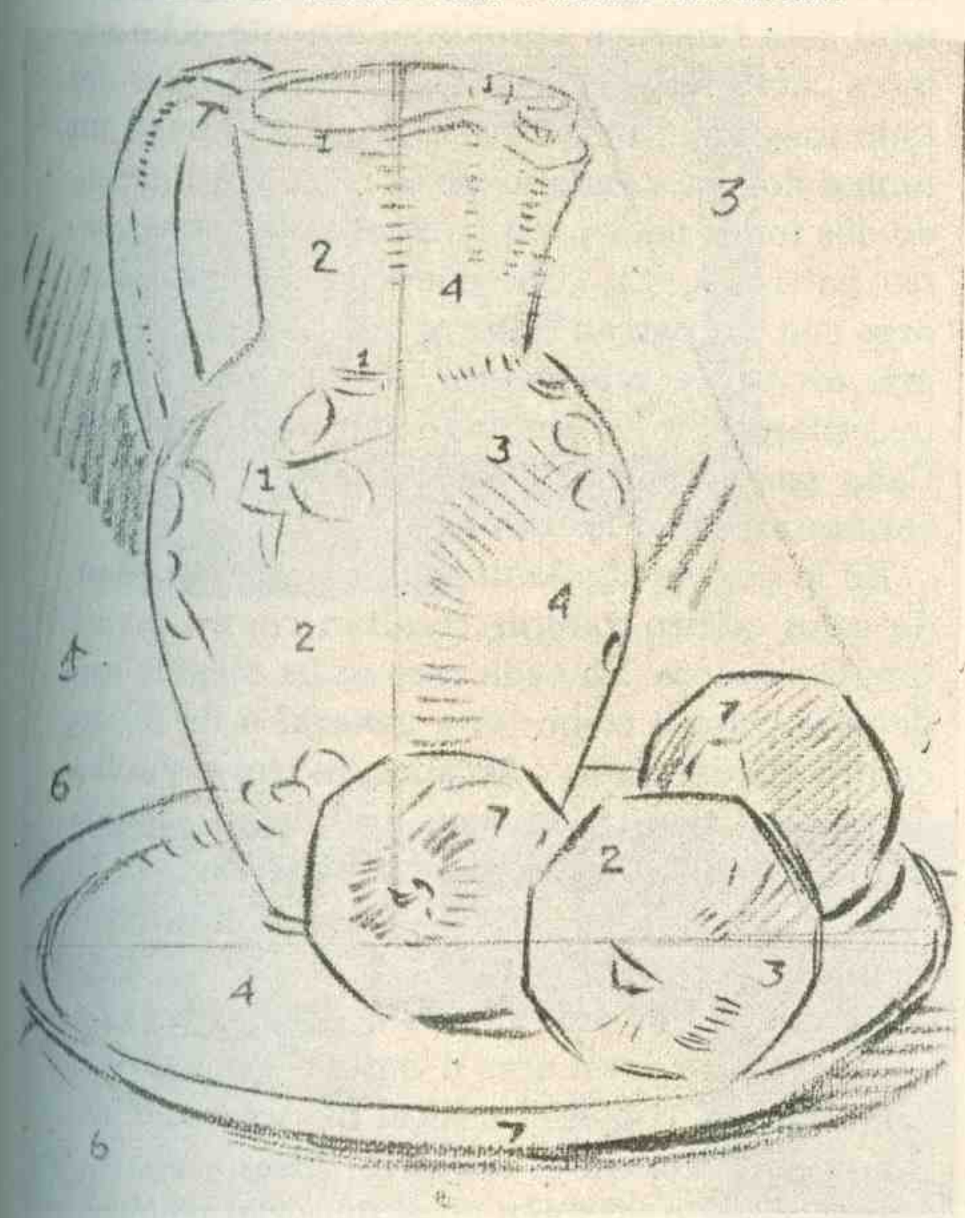
Si poseemos la suficiente habilidad podremos manipular los valores con cierta libertad. Nuestro propósito no es siempre reproducir un efecto tal como lo vemos, sino, más bien, captar el efecto más dramático posible. La luz varía con rapidez mientras bosquejamos. Durante una misma sesión podemos encontrar muchos efectos diversos. Muy a menudo hemos empezado un esbozo con el sol brillante; hemos tratado de reproducir este efecto, pero de pronto notamos que la luz solar ha disminuído de intensidad. Lo único que podemos hacer entonces es dejar el bosquejo de lado; si lo continuamos no conservará el mismo aspecto, ni será fiel a la relación original de valores. En ese caso, empezad un nuevo bosquejo, más pequeño si el tiempo es corto, y esperad otro día de sol para continuar el primero. El sol se mueve y las sombras cambian. Por lo tanto, si verdaderamente queréis lograr un efecto, vuestro bosquejo deberá ser pequeño y simple, y deberéis trabajar rápido. Un granero puede pintarse en diez modos distintos, con sólo alterar los valores. Es mejor hacer varios bosquejos o apuntes de los efectos posibles. Después realizad un cuidadoso dibujo del material. Con estos elementos podéis pintar vuestro cuadro.

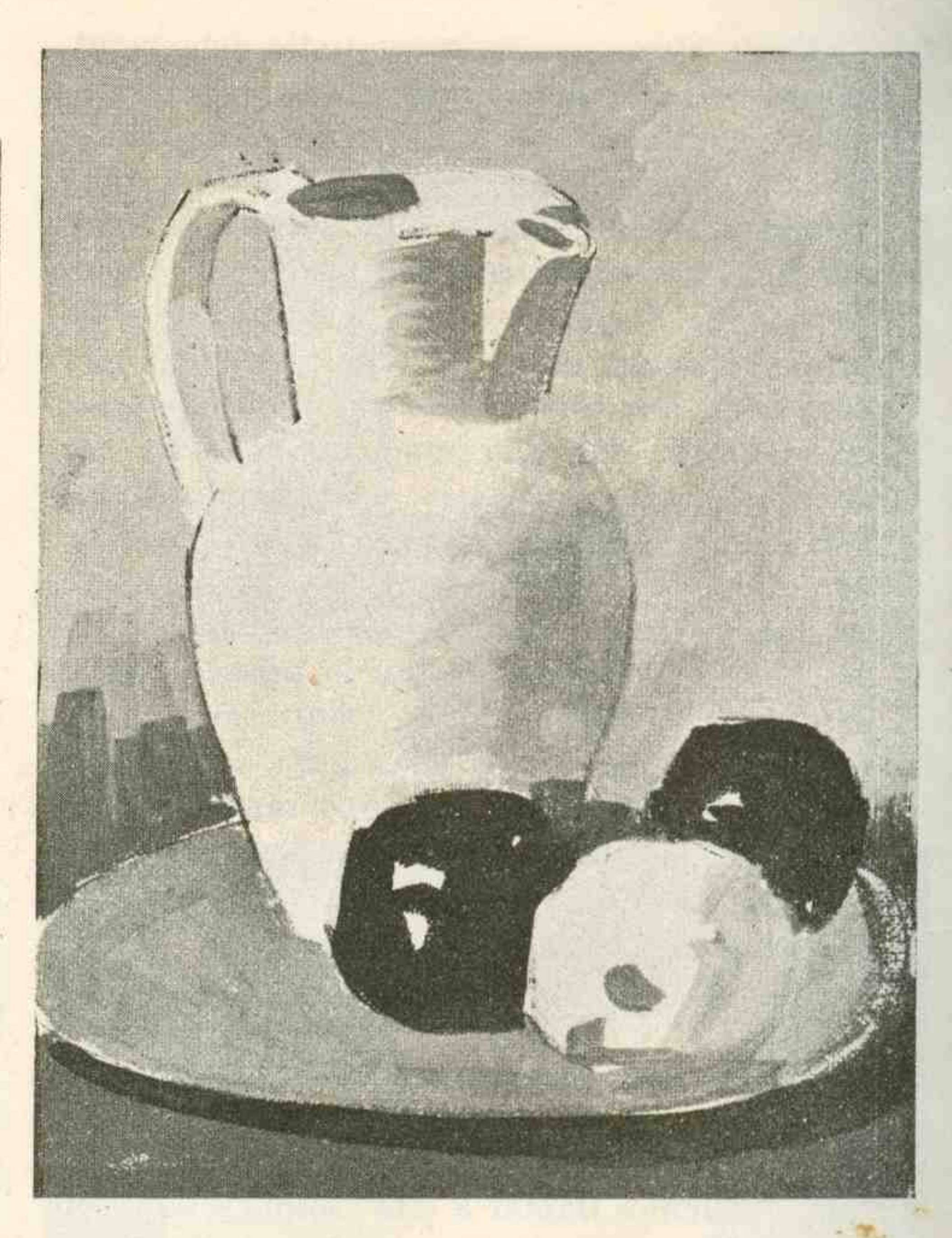
En pintura os está permitido hacer cuanto queráis. Nadie os lo prohibe. Lo único que pueden hacer los demás es gustar de vuestro trabajo o no. Si usáis las grandes verdades básicas, bien comprendidas, vuestros cuadros serán buenos. Si tratáis de jugar con los efectos, de adivinar más que de descubrir las verdades que necesitáis, vuestro trabajo será malo.

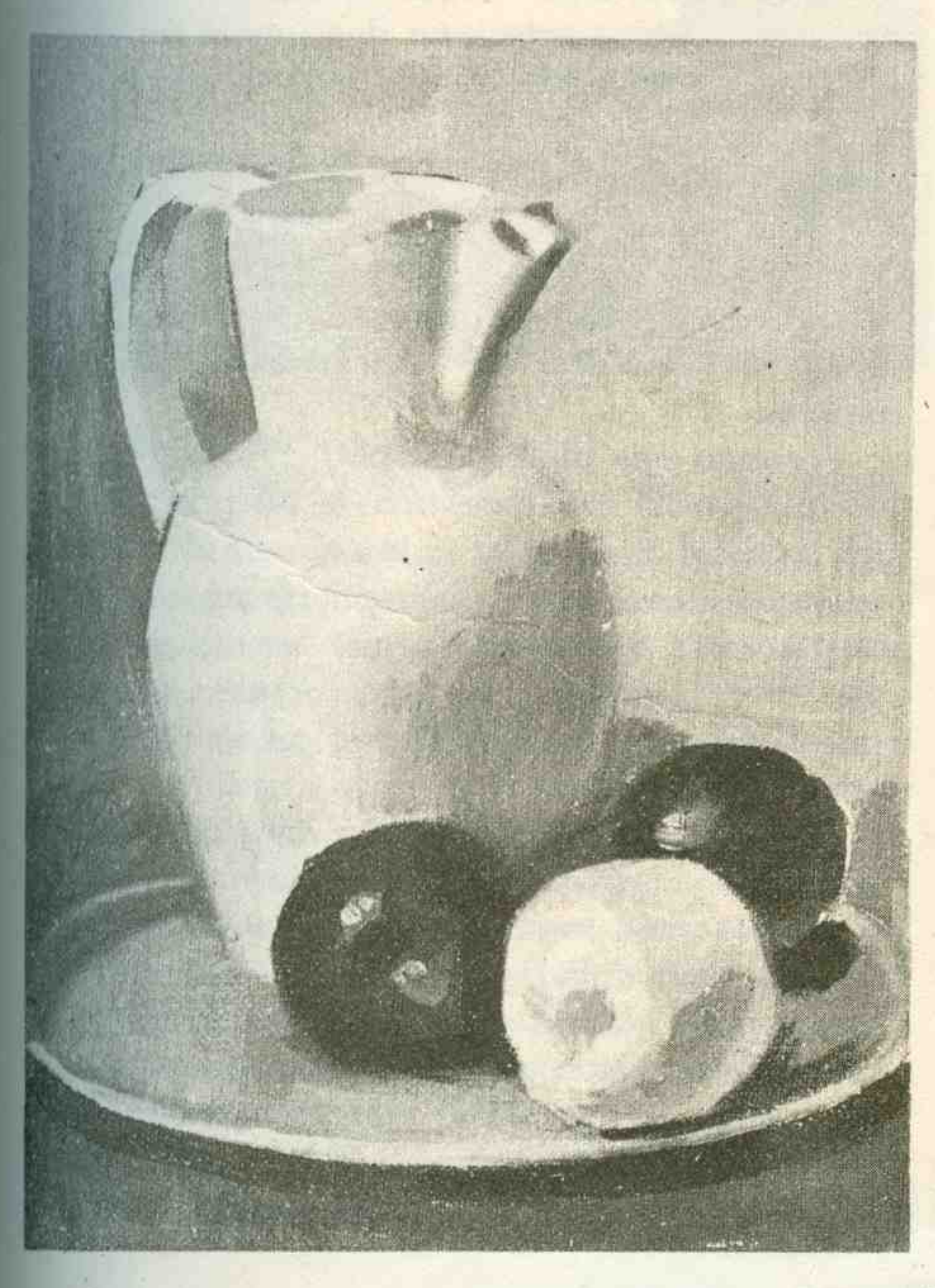
En la naturaleza, la escala que va de la luz más brillante a la oscuridad más oscura es mucho más amplia que la comprendida entre nuestro blanco y nuestro negro. O sea que debemos elegir temas encuadrados dentro de nuestra escala de valores, o bien realizar el reajuste más adecuado posible. La cámara tiene la misma limitación de valores; es decir, que la fotografía, por lo menos, nos indica hasta dónde podemos llegar en la escala de valores en blanco y negro.

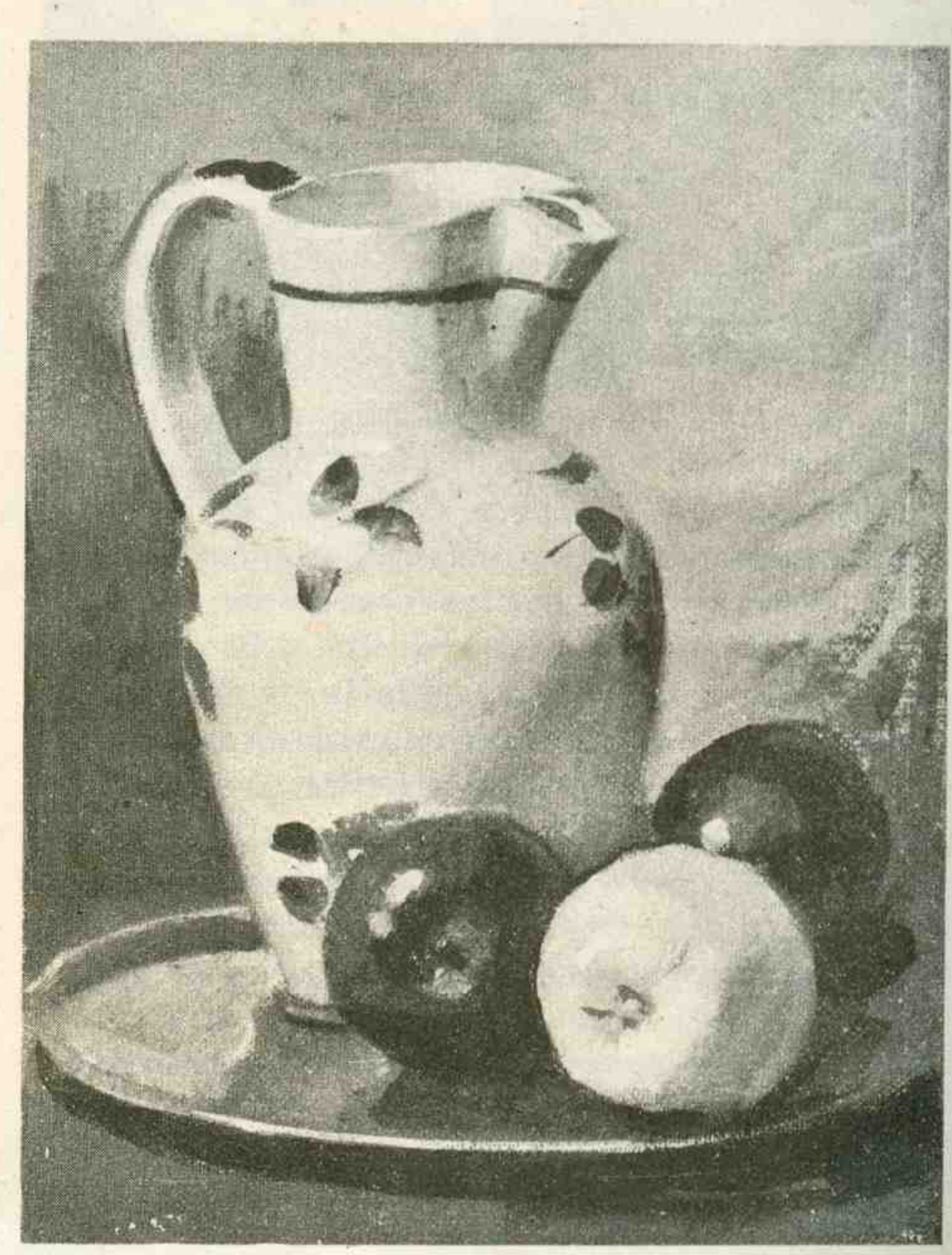
UNA SENCILLA LECCION SOBRE RELACIONES DE VALORES

NUMERAD LOS VALORES DE LA LUZ A LA SOMBRA SEGUN APARECEN EN VUESTRO TEMA. TRABAJAD DEL NATURAL









LA COMPOSICION MEDIANTE EL TONO O EL DISEÑO

A esta altura de nuestro estudio debe resultarnos evidente que no podemos expresar pictóricamente nada que no incluya una expresión lineal. Ahora podemos agregar que sin el tono tampoco podemos lograr nigún efecto de luz y sombra. Eventualmente la línea llega a convertirse en tono, por proximidad y fusión de unas líneas con otras. El tono posee aún contorno, que está relacionado con la línea, o área, que también está relacionada con la línea. En la distribución tonal hay sensación de línea. Un área cualquiera, limitada por contornos, y compuesta de diferentes valores, se convierte en un "patrón". Patrón, pues, es una combinación de línea y tono. En la primera parte de este libro basábamos la composición en la línea; ahora, podemos proceder a la inversa, basándola en el tono. El tono representa en realidad el volumen y masa de la forma, y el espacio entre los objetos sólidos. Por lo tanto representa la apariencia visible del medio circundante, tal como nos es revelado por la luz. Da realidad a la superficie o carácter de lo que vemos limitado por contornos o bordes. Esto es algo que la línea no puede realizar, a menos que se transforme a la línea en instrumento del tono. Podemos llamar a éste "sombreado", con lo que queremos decir redondear la forma, o podemos llamarle "modelado", en su verdadero aspecto tonal y en su relación con las cosas circundantes. Muchos jóvenes artistas no hacen más que "sombrear" sus dibujos y pinturas, sin obtener solidez ni fuerza de convicción. Cada fragmento del llamado sombreado debe entrar correctamente en la escala de valores del blanco al negro; de lo contrario sobra. Si se da a todas las sombras el mismo valor, lo más que se puede lograr es un efecto de relieve, algo que sobresale un poco del plano del cuadro, pero que no tiene la menor apariencia de vida.

Es decir, que todas las cosas tienen un valor entre el blanco y el negro. Todas las cosas tienen un valor regido por la luz y la sombra. Dentro de nuestro campo de visión todas las cosas aparecen distintas y separadas precisamente a causa de sus valores. Podemos empezar, pues, con estos valores, expresados de la manera más lisa y simple que sea posible y prácticamente desprovistos de modelado o detalles de superficie.

Con estas áreas simples de valores relacionados, podremos después reconstruir el carácter particular de la superficie o forma. Esta expresión elemental es nuestro patrón de valores, sobre el cual construiremos las grandes masas del tema y la expresión general del cuadro. En total sólo tenemos aproximadamente ocho valores para trabajar. Sea cual fuere el valor del tono más bajo, necesitaremos por lo menos un tono o dos para redondear la forma. Admitiendo dos tonos para cada patrón, obtenemos cuatro patrones. En consecuencia, haremos cuadros con un patrón blanco, uno gris claro, uno gris oscuro, y uno negro. Eso es todo lo que necesitamos, y en realidad tampoco hay más. Cada patrón puede alterarse en un tono, sin confundirse con los otros.

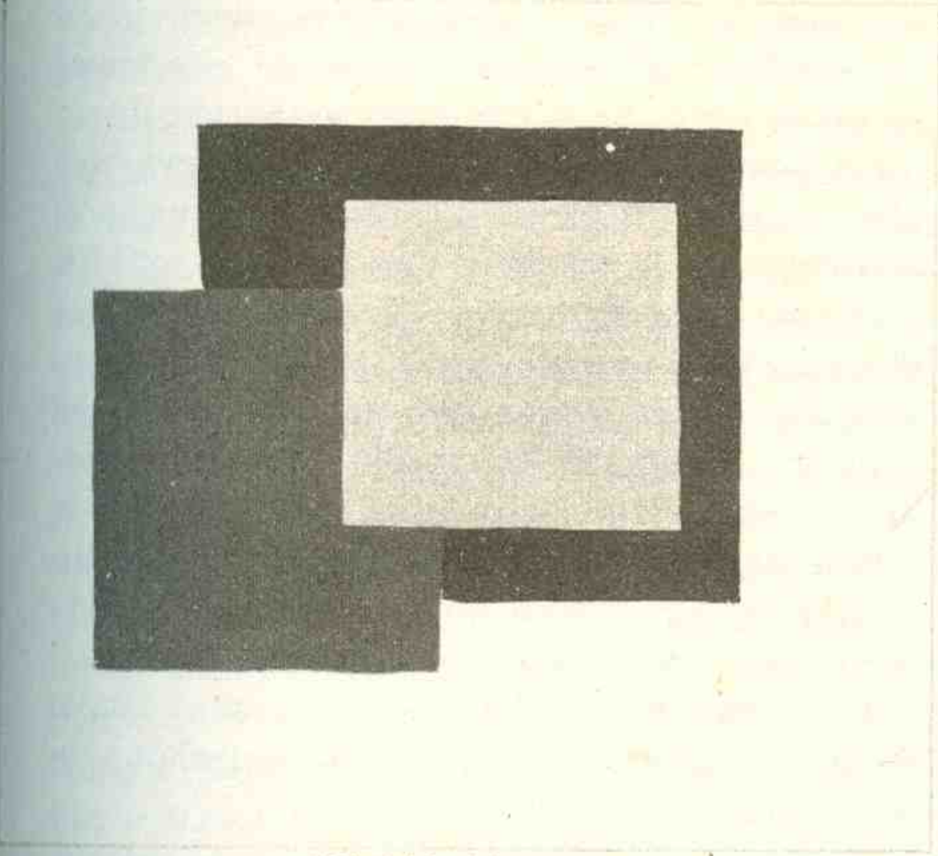
En la página siguiente vemos cómo mezclando estos cuatro valores resultan cuatro planes tonales básicos. En cada caso se ha elegido uno de esos valores como tono general o de fondo, contra el cual están colocados los tres restantes. Cada plan tiene la misma visibilidad y vitalidad. Cualquier cuadro o affiche basado en ellos tendrá energía y vivacidad, al menos en lo que a valores se refiere.

Es mejor que uno de los cuatro valores domine a los otros en área o espacio efectivo. Así, por ejemplo, podemos usar el blanco como fondo, y jugar contra él nuestros grises y oscuros, introduciendo también en el material pictórico, si así se desea, algún toque de blanco. O bien podemos elegir como tono dominante un gris claro, haciendo resaltar fuertemente contra él el gris, el negro y el blanco. Usando el gris oscuro o el negro como fondo también se obtienen combinaciones tonales muy eficaces y potentes. Hay muchos temas que pueden ser tratados de diversas maneras, y otros que encuadran naturalmente en uno de los planes tonales.

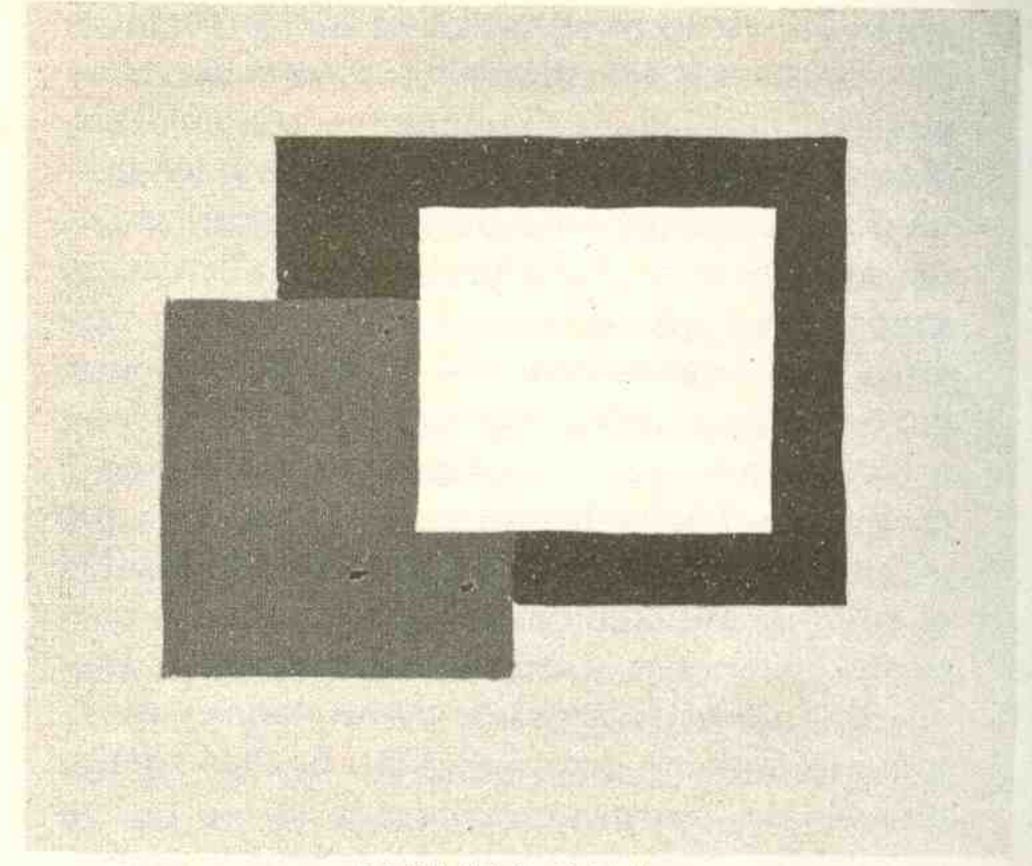
Presento este plan de combinaciones tonales porque parece característico de los principiantes o de los que recién se inician en el trabajo profesional, un gran desconcierto en materia de patrones y valores, lo que resulta en una verdadera confusión de tonos neutros, o tonos tan dispersos y quebrados que carecen del necesario "impacto".

De una sola mirada se advertirá qué efecto poderoso y organizado es posible obtener con la distribución tonal que tenga por base uno de estos cuatro planes. Este empleo del tono no es en modo alguno obligatorio, puesto que podemos haber determinado de antemano que un tema dado tiene valores más aproximados entre sí, comprendidos dentro de una escala más limitada. Pero cuando se desea o se necesita dar

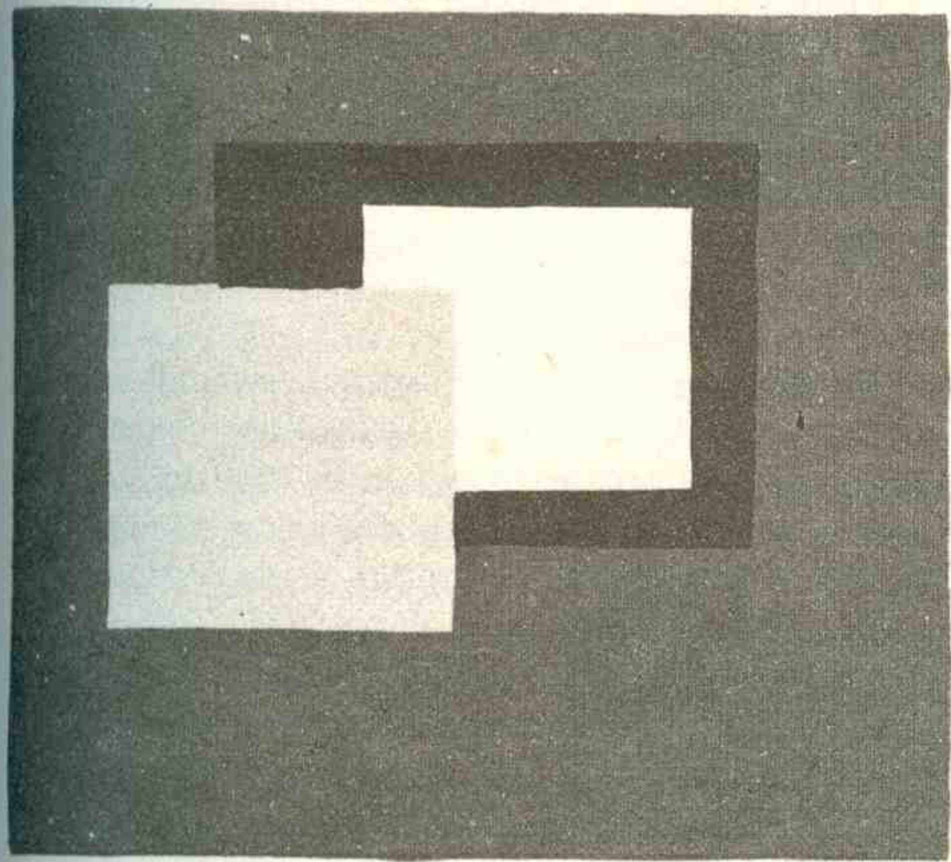
HAY CUATRO PLANES TONALES BASICOS



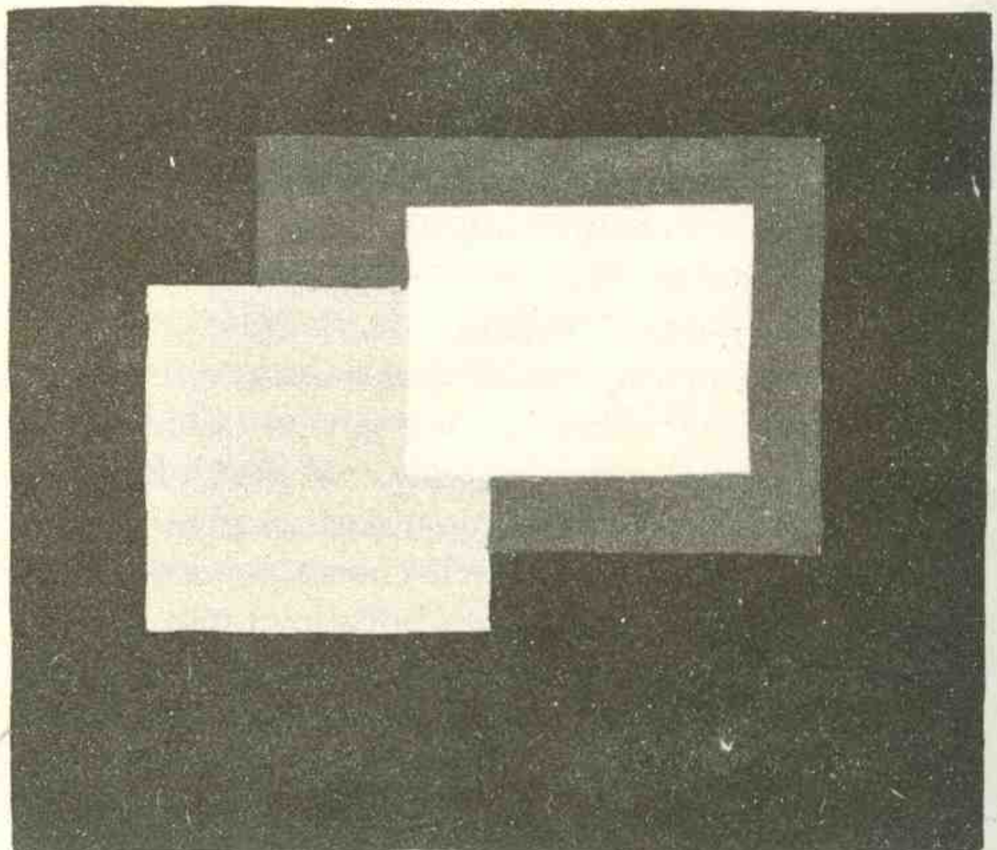
PRIMER PLAN



SEGUNDO PLAN



TERCER PLAN



CUARTO PLAN

1. GRISES Y NEGROS SOBRE BLANCO.
2. NEGRO, BLANCO Y GRIS OSCURO SOBRE GRIS CLARO.
3. NEGRO, BLANCO Y GRIS CLARO SOBRE GRIS OSCURO.
4. GRISES Y BLANCO SOBRE NEGRO.

a los valores la mayor vitalidad y fuerza posibles, amén de poder de convicción y contraste, el empleo de los planes tonales básicos es la mejor solución.

Toda la teoría del plan pictórico consiste en la organización de la línea, el tono y (más tarde) el color. Los valores serán más convincentes si están organizados en grupos simples, en masas apoyadas las unas en las otras. Pequeños manchones dispersos y confusos producen el resultado opuesto, es decir, quiebran el efecto de conjunto. Este principio es la base del camuflado militar.

En realidad hay pocos temas que, bien pensados, no encuadren dentro de alguno de estos planes tan sencillos. Por otra parte, podéis estar seguros de que si un tema no encuadra en uno de estos planes básicos, difícilmente lograréis hacer con él un buen cuadro. Hay un tipo de cuadro muy trabajado, en forma de mosaico, cuyo diseño podría compararse con el de una alfombra oriental. Y otro, dentro de un diseño igualmente simple, quebrado en fragmentos y remiendos. Esto puede ser a menudo conveniente y eficaz. El principal motivo de que muchos cuadros sean malos es que no se ha hecho el menor intento de organizar el tono. Ofrecemos este aproche para eliminar los efectos débiles, lavados, así como el empleo opaco, pesado o empastado de los valores.

COMO BUSCAR LA "SUSTANCIA" DE VUESTRO TEMA

Puede aceptarse sin vacilaciones la regla de que cuanto más sencilla es la presentación de un tema, mejor es desde el punto de vista pictórico. Una presentación simple se resuelve técnicamente en unas pocas áreas simples organizadas, de pocos valores. Para probar esta afirmación supongamos que entramos en una habitación en la que, representando el contraste, hay desparramados papeles, ropas u otros objetos. La reacción inmediata es limpiar la habitación o escapar de ella. Suele decirse de un lugar así que está atestado de basura. Lo que pasa en realidad es que está atestado de contrastes, lleno de confusión de tonos, y el efecto es desagradable. Hay cuadros que están igualmente atestados y resultan parejamente desagradables. Es decir que si después de una primera mirada el ojo no encuentra motivos para una desordenada combinación de tonos, pasa el cuadro por alto y busca otro mejor organizado. Este era el principal secreto del gran Howard Pyle: su simplicidad y su organización del tono. Más tarde volveremos a hablar de él. Este es también el secreto de todo buen material de propaganda, y de toda obra pictórica que quiera llamar la atención.

Debemos comprender que es más agradable contemplar el extremo contraste entre el blanco y el negro, si este contraste está sostenido por gradaciones naturales y suaves de gris. El ojo buscará instintivamente los oscuros y los claros colocados entre los grises, porque el ojo percibe instintivamente el contraste. En consecuencia, se debe establecer contraste entre el centro de interés del cuadro y el escenario circundante. Observad cómo en los tres últimos planes el ojo recae inmediatamente sobre el blanco. En el primer plan, en cambio, lo que más llama la atención es el negro. El negro y el blanco, empleados juntos contra áreas grises, llamarán siempre la atención instantáneamente.

En realidad, no importa demasiado cuál sea el plan elegido, siempre que no se uniforme excesivamente las áreas de los cuatro valores o, por el contrario, que no se establezca entre ellas una diferencia excesivamente abrupta. Para aquellos trabajos que deben ser apreciados rápidamente, de un solo vistazo, como affiches o muestras, se recomiendan las combinaciones tonales más simples posible. Aquellos otros trabajos a cuya observación se pueda dedicar más tiempo pueden ser más complicados si es necesario.

Cualquier tema puede ser analizado, en primer término, por la llamada "sustancia" tonal que haya en él. Con esto queremos decir: ¿cuáles son las posibilidades tonales de este tema? Si en el tema hay una gran extensión de un mismo tono, como ser una masa de nieve, o el cielo, o una dilatada extensión de agua, o la oscuridad de la noche, o una pared, o un piso, podemos inmediatamente adoptar como tono dominante el tono de esa extensión. Esa extensión dominante suscita una imagen mental del conjunto tonal. Podemos entonces instintivamente recurrir al plan tonal más aproximado a la imagen, y sólo nos restará combinar o distribuir en un diseño adecuado sobre el tono dominante los demás elementos del tema.

Para ejemplificar lo dicho, veamos cuáles serían los planes tonales que se ajustarían a un tema dado:

Figuras oscuras en un escenario de nieve: primer plan.
Un hombre con una linterna: cuarto plan.
Un bote en el mar abierto: segundo o tercer plan.
Figuras en una playa soleada: primero o segundo plan.

Fuera de estos cuatro aproches fundamentales, tenemos unas pocas variaciones. Podemos tomar dos valores para el centro de interés del tema, o bien tomar uno o dos y entrelazarlos a través de áreas más amplias. Os he dado una serie de pequeñas combinaciones pictóricas, para que os sea más fácil comenzar. Una vez que comprendáis el método, veréis que las combinaciones tonales posibles son prácticamente ilimitadas. He traspuesto a óleo en blanco y negro, de mayor tamaño, algunos de los primeros bocetos a lápiz; después he elegido uno de éstos para hacer un bosquejo a toda página. Pero no debemos detenernos aquí. ¿Por qué? Porque en la naturaleza y la vida el tono está naturalmente organizado, y casi podría decirse que ellas mismas os dan el plan tonal que necesitáis. La facultad que tiene la naturaleza de sugerir combinaciones y estimular la inventiva es prácticamente inagotable. Es por eso que no me cansaré de insistir en que debéis acudir por vosotros mismos a la verdadera fuente. Acostumbraos a no andar con muletas; vosotros también tenéis ojos e inventiva propia. Llevad con vosotros, a cualquier sitio donde vayáis, un "buscador de cuadros", un block y un lápiz, y trabajad. Encontraréis a vuestro alrededor infinidad de planes tonales, y todo el sistema se os aparecerá súbitamente con toda claridad.

Puedo aseguraros que no existe un sistema mejor. Todos los buenos artistas lo emplean.

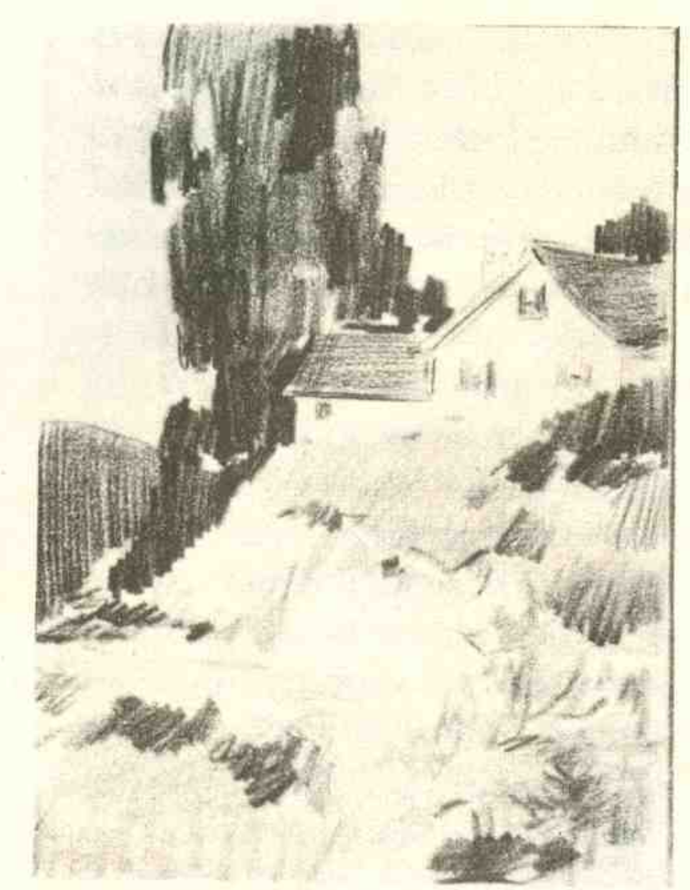
El plan tonal ofrece numerosas oportunidades para tratar el mismo tema de diversas maneras. A menudo es posible dar muchas versiones de un mismo tema. Supongamos que tenemos que dibujar la cabeza y los hombros de una muchacha. Podemos hacer un pequeño bosquejo del cuadro en medio tono, grises y negros contra un fondo muy claro. En ese caso, naturalmente tendríamos que dar al cabello un tono negro. Probablemente iluminaríamos a la figura por la espalda, dejando su cara en un medio tono o en sombra. Podríamos vestirla de gris oscuro para totalizar los cuatro valores básicos. Supongamos ahora que elegimos un fondo negro. Entonces haremos que la muchacha sea rubia, y la iluminaremos de frente o tres cuartos de frente. La luz y la sombra producirán los grises que deseamos contra el oscuro.

A veces pueden intercambiarse las áreas del patrón. La figura puede ser clara u oscura; podemos tratarla como luz contra sombra, o a la inversa. Un cielo puede ser brillante u oscuro, y los árboles, edificios y demás material pictórico ser tratados también de ambos modos. Lo que deseamos en primer término, si es posible, es un diseño sorprendente, y esto es mucho más importante que el tema o el material pictórico en sí. Hacer gala de inventiva pictórica es tan interesante, y quizá aun más, como dar una imagen veraz del tema elegido. Si habéis concebido vuestro propio diseño y vuestro propio tema, encontraréis doble interés en realizarlo. Una vez concebido, os resultará relativamente fácil realizarlo con el concurso de las luces adecuadas y de un modelo. Pero empezar a trabajar sin una idea determinada, o pretender inventar a medida que se trabaja, es un procedimiento muy poco recomendable, que ya de entrada implica dos probabilidades de fracaso contra una de éxito. Si prescindís del plan tonal, caeréis en el mal hábito de hacer todos vuestros cuadros semejantes, y hasta de iluminar vuestras figuras del mismo modo, dependiendo, para salir del paso, de los méritos de la cara de vuestra modelo o vuestra figura. Este sistema se hará aburridísimo a los encargados de juzgar vuestro trabajo. El diseño es la mejor solución. Rara vez el diseño es un accidente. Tiene que ser equilibrado, simplificado, reducido a lo esencial, y tratado de diversas maneras, para llegar al mejor resultado posible. Casi todo, en el campo de la forma, puede ser unido o entrelazado con otros espacios o formas para producir un diseño bueno, y aun desusado, prescindiendo de su contorno completo o identificador. Por contorno identificador entiendo una forma que puede identificarse como una silueta plana. Considerada como una cosa separada y completa, la silueta de un cerdo, por ejemplo, quizá no sea el diseño más hermoso. Pero el contorno de un cerdo puede tener gran belleza si se lo considera como una línea relacionada con otras líneas, como una forma entremezclada con otras formas. La luz solar y la sombra pueden jugar sobre un cerdo con sugestiva belleza, tanto de valor como de color. Un par de cerdos pueden ser el tema de una obra maestra. El secreto reside, no en el cerdo en sí sino en la inventiva y la gracia con que logréis retratarlo.

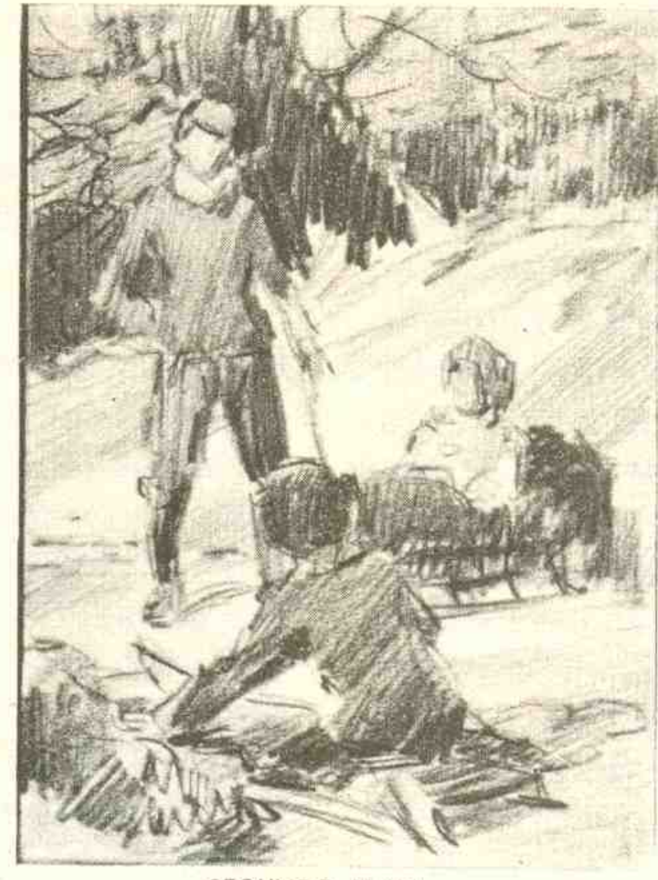
¡Cuántos de nosotros prestamos excesiva atención al material y el tema, y muy poca al diseño y composición! ¡Con qué facilidad aceptamos un tema sin planear su ejecución! ¡Con qué ansiedad buscamos la modelo (o el vestido o los zapatos) más hermosa, la pegamos como con engrudo a un medio insípido y llamamos después al conjunto un cuadro! No puedo censuraros esta actitud, ya que ella es típica. Pero sí puedo deciros que la única esperanza de producir un trabajo mejor reside en la concepción y no en el material. Un artista me confió cierta vez que, en su opinión, él nunca había tenido éxito porque jamás había encontrado una modelo suficientemente hermosa. Le recomendé mi mejor modelo; pero no tuvo más suerte que antes. No tuve ánimos para decirle cuál era la verdadera razón de su fracaso, porque ¿quién puede estar completamente seguro de que sus propios trabajos no adolecen a menudo de insuficiencias de diseño y concepción? No es fácil eliminar esas fallas, y requiere todo el tiempo de que uno puede disponer. En materia de diseño debe experimentarse ininterrumpidamente; es la única manera de poder expresarse con propiedad, según el peculiar modo de ser de cada uno. Cuando todo lo demás ya ha sido dicho, el diseño es lo que puede encumbrarnos o aplastarnos.

Jamás podría insistir bastante sobre la necesidad de pensar y planear el más insignificante esbozo, el trabajo más pequeño. Aseguraos, antes de empezar nada, de que no conocéis un modo mejor de hacerlo. Una página de pequeños bosquejos lleva mucho menos tiempo que el que se desperdicia con un mal comienzo.

PLANEAMIENTO DEL DISEÑO TONAL POR MEDIO DE BOCETOS



PRIMER PLAN TONAL



SEGUNDO PLAN



TERCER PLAN



CUARTO PLAN



BLANCOS Y OSCUROS DOMINAN



BLANCOS Y GRISES DOMINAN



BLANCOS Y GRISES ACENTUADOS CON OSCUROS



BLANCOS ACENTUADOS POR GRISES Y OSCUROS

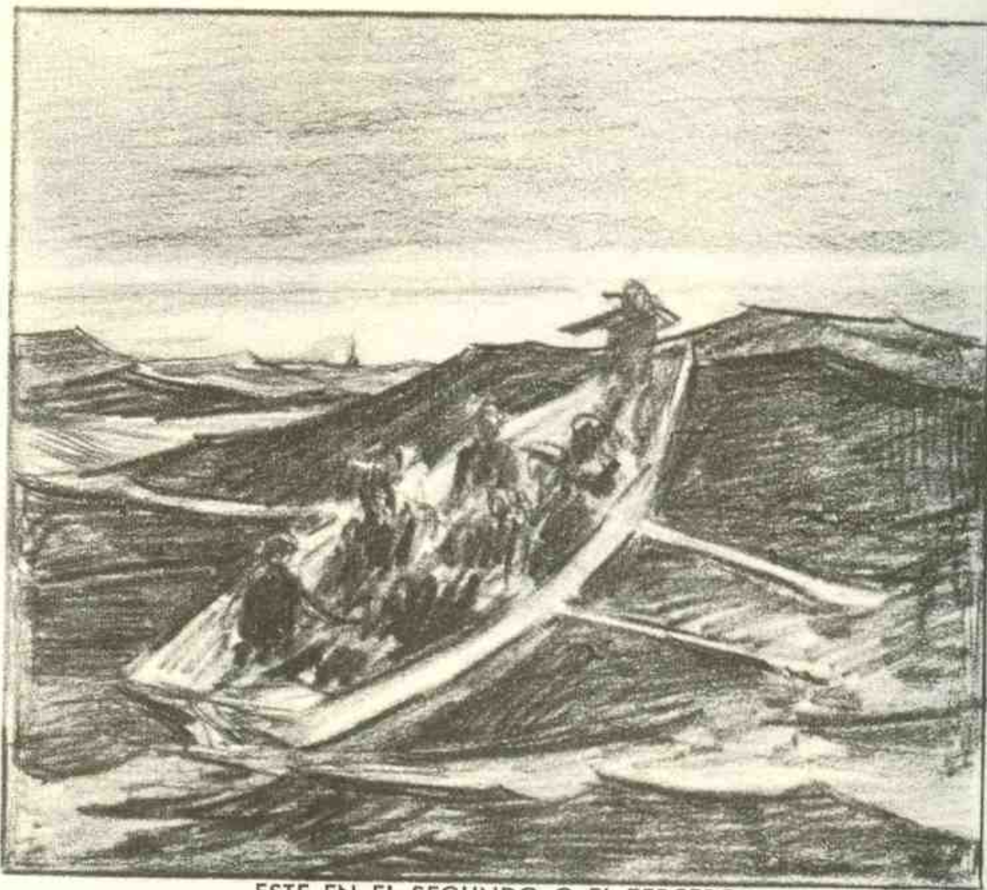


GRISES CON ACENTOS DE LUZ Y SOMBRA

A MENUDO EL TEMA EN SI SUGIERE EL PLAN TONAL



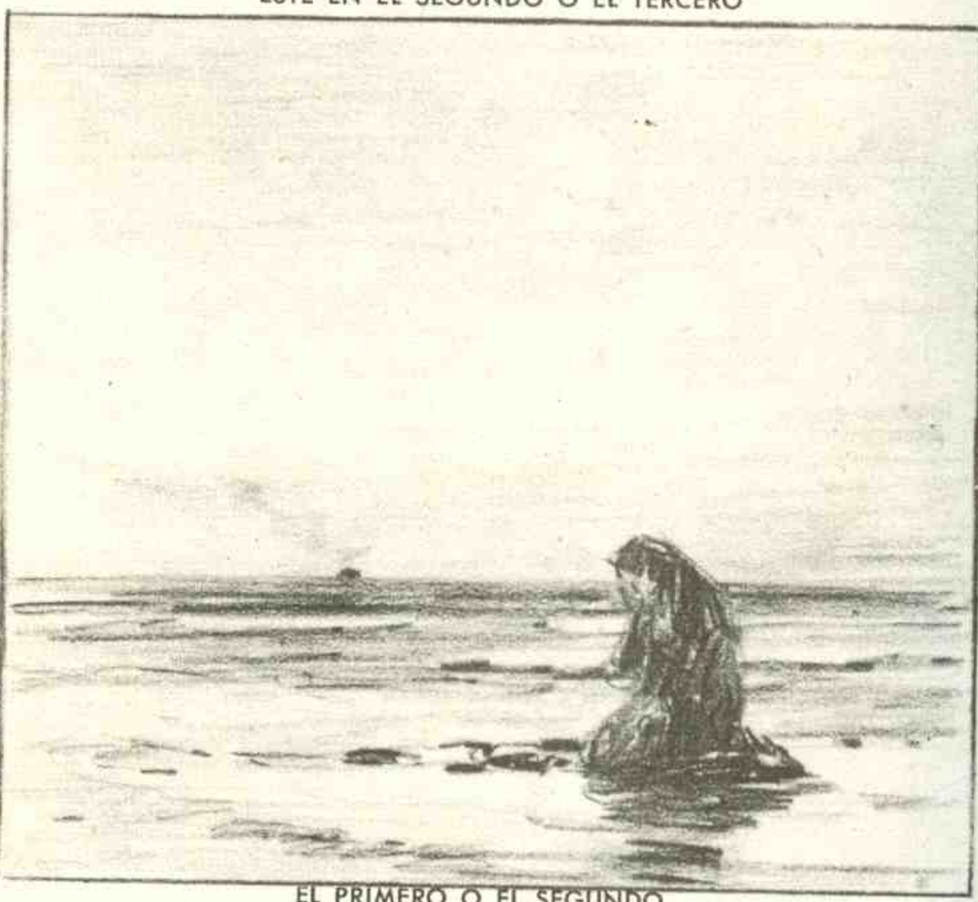
ESTE TEMA ENCUADRA NATURALMENTE EN EL PRIMER PLAN TONAL



ESTE EN EL SEGUNDO O EL TERCERO



PERTENECE DEFINIDAMENTE AL TERCER PLAN TONAL



EL PRIMERO O EL SEGUNDO

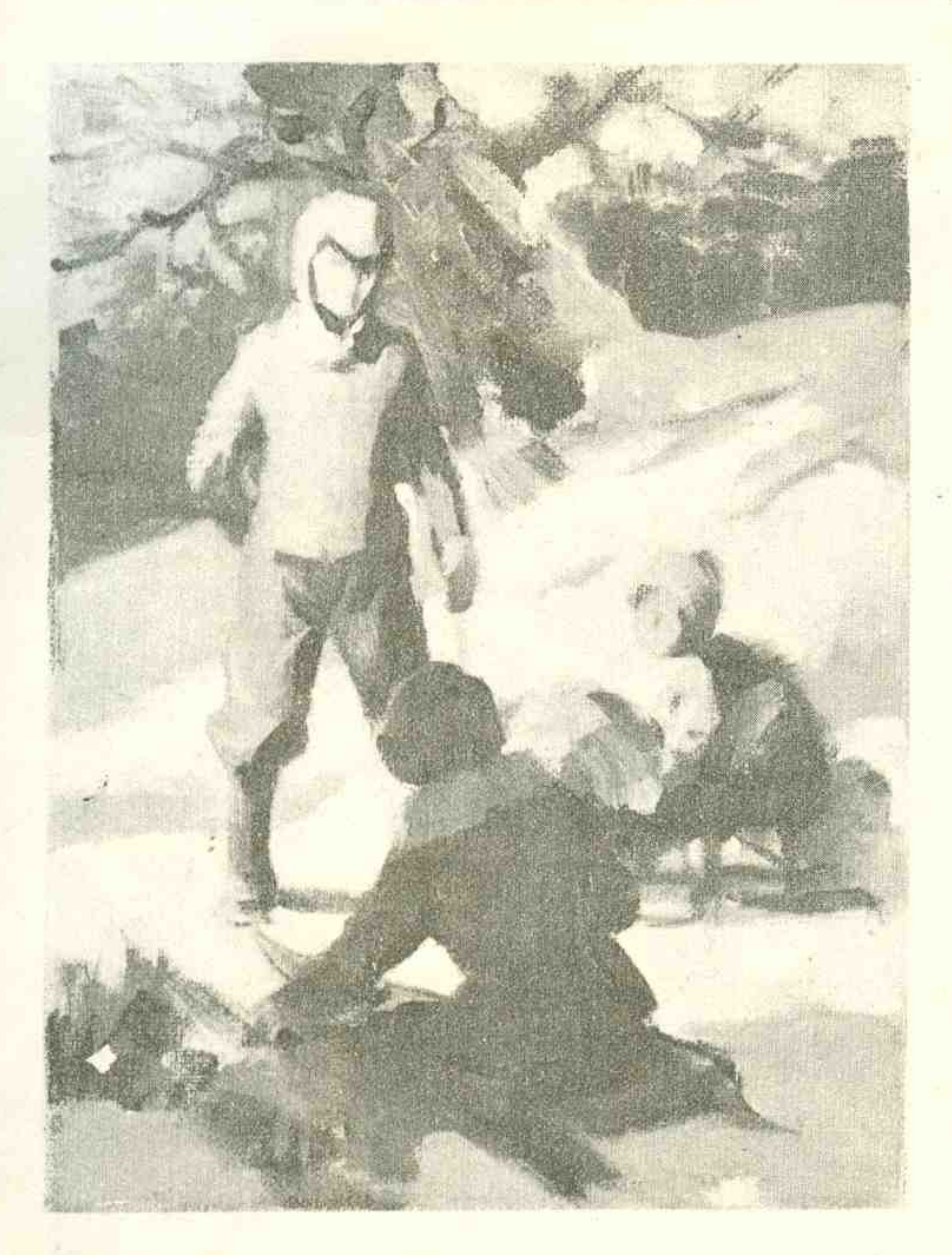


ESTE TEMA EXIGE EL CUARTO PLAN



SEGUNDO PLAN. ANALIZAD VUESTRO TEMA EN MINIATURA

CUATRO DE LOS BOCETOS PINTADOS AL OLEO EN BLANCO Y NEGRO










SKETCH

ELIJAMOS UN TEMA Y DESARROLLEMOSLO

La Vieja Mamá Hubbard
fué a la alacena
a buscar un hueso para su perro,
pero cuando llegó allí
la alacena estaba vacía.
Y así estará la nuestra, a menos
que hagamos algo para evitarlo [1].

El tema es la más simple de las rimas infantiles. Pero no es fácil hacer el cuadro. Veamos ahora cuál es vuestra concepción del mismo. Vuestra concepción y la mía serán muy diferentes. ¿Quién era Mamá Hubbard? ¿Qué aspecto tenía? ¿Cómo vestía? ¿Dónde y cómo vivía? ¿Cómo era el interior? ¿De qué clase era el perro? ¿En qué consiste el drama o la acción? ¿Cómo podemos efectuar la narración?

Lo primero que haré es sentarme en un rincón y pensar un rato. Veo a una pequeña anciana de largo vestido y cofia blanca, que cojea de un lado para otro apoyada en un bastón. Podría ser harapienta y desgreñada; o bien pulcra y limpia. Me decido por la última alternativa. El perro es grande, un sabueso viejo y manchado. En la pileta de la cocina veo una antigua bomba de mano. Sobre la pileta, una ventana con cristales losanjeados, y a un costado la alacena abierta. Veo a la anciana decir al perro que no queda ningún hueso, y el perro parece comprender, y hasta perdonar. Sí, el tema tiene muchas posibilidades. Ahora bien, ¿cómo lo veis *vosotros*?

Relacionémoslo mentalmente con un plan tonal. Se trata, evidentemente, de un interior, es decir, que probablemente lo que más convenga sea el gris. Yo al menos lo veo gris. Es decir, entonces, que eliminamos el blanco y el negro como tonos dominantes, y vamos a dar en el segundo o el tercer plan tonal. El gris es melancólico, como el tema; eso es una ventaja. Tomemos entonces el blanco y el negro contra el gris; es un aproche sólido. Si vistiéramos a la anciana de gris, el interior tendría que ser oscuro, o por lo menos deberíamos introducir sombras oscuras. Para obtener un patrón blanco bastará con la ventana, la cofia y el delantal de la mujer, y un perro parcialmente blanco. Se puede agregar quizá algún otro objeto blanco como accesorio, un cántaro, un cuenco. El patrón en negro estará dado por el vestido de la anciana, las sombras o de cualquier otro modo.

La primera tentación que nos asalta es ir a comprar un libro de Mamá Oca. ¿Por qué? Para ver lo que hizo algún otro antes. Nos falta confianza en nosotros mismos, y esperamos obtener así alguna idea. Es un modo de hacer las cosas. El peor, el menos original y el único que no debe adoptarse. La Vieja Mamá Hubbard es tanto vuestra como mía, como de cualquier otro. ¿Quién sabe cuándo, cómo o dónde vivió, y a quién le interesa? Para nosotros Mamá Hubbard será tanto de diseño, tanto de caracterización y tanto de narración. Si queremos ser demasiado auténticos deberemos sondear en la historia e invertir mucho tiempo para llegar a contar prácticamente con los mismos materiales, o poco más, que los que teníamos al empezar. ¡Quizá llegaríamos a pintar un auténtico vestido de época! Pero nuestro propósito al hacer el cuadro no es vender un vestido ni llamar la atención sobre él. Adecuemos el tema a nuestros fines. Su único valor consistirá en lo que nosotros podamos hacer con él.

Concibamos nuestro tema, después busquemos una cara que responda a nuestra concepción de Mamá Hubbard. He realizado cuatro enfoques distintos del tema. Los hice sin modelo ni copia fotográfica, porque por ahora sólo me interesan el diseño y la narración. De los cuatro, prefiero el último. Ahora me sería fácil obtener una modelo, un vestido y aun un perro, y seguir adelante. Sería interesante hacerlo, pintar el cuadro. Pero lo más importante, desde el punto de vista de mi exposición, ya está hecho: no me interesa tanto aquí mostrar un trabajo terminado como indicaros el procedimiento que habría seguido para encarar la realización de este encargo. Me contentaré con imaginar cómo se divertiría Norman Rockwell [2] con este tema, y de qué modo tan perfecto llegaría a ejecutarlo. Y estoy seguro de que hasta el más ínfimo detalle seguiría sus propias concepciones al respecto. Eso es precisamente lo que lo hizo grande. Vosotros deberéis hacer lo mismo, ofreceros idéntica oportunidad de ser originales.

Tomad vuestro cuaderno de notas, vuestro lápiz y empezad. En vez de Mamá Hubbard tomad a Jack Sprat [3] o a cualquier otro. Pero elegid uno de esos personajes y haced la prueba, aunque sea la primera vez; y proponeos hacer lo mismo desde ahora en adelante.

(1) Rima infantil perteneciente a la popular colección de "Mamá Oca". (N. del T.)

(2) Pintor e ilustrador americano, nacido en 1894. (N. del T.)

(3) Otra de las rimas pertenecientes a la colección de "Mamá Oca". (N. del T.)

LA VIEJA "MAMA HUBBARD" ES VUESTRO PROBLEMA









LA TECNICA DE LOS MEDIOS TONALES

La técnica es un asunto que se presta a innumerables discusiones. Con respecto a ella existen tantos puntos de vista como individuos. No es mi propósito "favorecer" aquí un determinado aproche técnico en perjuicio de otro, o tratar de apartaros de una aplicación personal de los mediums, ya que en esto reside vuestro propio estilo individual. Si no os dejáis influir demasiado por un solo ídolo, desarrollaréis vuestra propia técnica casi a pesar vuestro: vuestra técnica llegará forzosamente a ser una de vuestras características personales, como lo es vuestra escritura. Mi intención en este estudio es señalar el método general y el razonamiento que lo sustenta, antes que indicaros cómo deberéis enfocarlo. Cuando hablo de técnica, por lo tanto, estoy pensando en las *cualidades* que deben estar incorporadas a toda buena técnica, y que son: la expresión de la forma en sus verdaderos valores, la consideración de los bordes y los acentos desde un punto de vista artístico, el diseño y el equilibrio, el contraste, la subordinación y la acentuación. Si podéis lograr todo esto, no importa cómo lo hagáis.

Deseo también señalar ciertas características de los mediums propiamente dichos, y las cualidades inherentes a cada uno, que no siempre se encuentran en los demás. Creo innecesario entrar en detalles de fórmulas, mezclas de pinturas, etc., ya que este tema ha sido eficazmente tratado por otros autores. No creo que la durabilidad de vuestros materiales revista especial importancia a esta altura de nuestro estudio, desde que los problemas aquí presentados debéis considerarlos más como práctica y ejercicio o experimentación que como otra cosa.

La mayoría de los elementos de la buena técnica residen en la interpretación individual de las cualidades de los mediums. Vosotros podéis usar un lápiz del modo que creáis conveniente, pero los valores, las proporciones, los contornos y bordes determinan prácticamente dos clases de dibujo: el bueno y el malo. El dibujo es malo cuando no convence al espectador.

A fin de cuentas todo dibujo es la expresión de algo, ya sea convincente o no. Si no logramos convencer no podemos pretender captar el interés del espectador. A la larga, no hay ningún sustituto eficaz de la verdad, ni nada tan duradero como ella. Por este motivo estoy completamente seguro de que el realismo, en cuanto significa "calidad de existencia", sobrevivirá a toda otra forma de arte. No podemos convencer al espectador de que lo que a él le parece una deformación de la verdad está bien y es lo más apropiado. Pero si le decís la verdad, tal como él la conoce, y la enaltecéis, os encontraréis con él a mitad de camino.

Sólo hay un modo de realizar invariablemente un buen trabajo, y consiste en la cuidadosa preparación de ese trabajo. Creo que la visualización o concepción preliminar se elabora mejor sin modelo ni copia fotográfica. Este sistema os deja libertad para expresaros. Pero una vez que habéis formulado vuestra idea y vuestra expresión, aunque sea crudamente, evitad por todos los medios el falsear o adivinar su ejecución final. El trabajar sin modelo ni copia fotográfica puede constituir un motivo de orgullo, pero carece de todo objeto. Si los mejores artistas preparan invariablemente su material de trabajo extrayéndolo de la vida real, recurriendo a fotografías y estudios, ¿cómo puede competir con ellos el hombre que inventa y trabaja a ciegas?

Lo primero que deberéis lograr es un aproche sólido. Llamadlo rutina, si queréis; yo prefiero considerarlo un buen hábito. Comenzad a trabajar con vuestro block de apuntes, pero antes de realizar demasiados bosquejos tratad de visualizar el tema desde el punto de vista de la masa y el diseño. Quizá no conocéis aún los detalles o la naturaleza de los accesorios. Pero empezad por sugerir figuras que atraviesan la escena, agrupadas del mejor modo posible en interesantes masas de blanco, gris y negro. Posteriormente podréis reemplazar estas agrupaciones de tonos por algo más concreto, un mueble oscuro o claro, un manchón de follaje, etc. Pero tratad de lograr vuestro propio diseño.

El procedimiento de copiar y terminar una figura y querer llenar después con un escenario los espacios que quedan en torno a ella, generalmente tiene por resultado una mala composición, o la falta absoluta de composición. En consecuencia, resulta muy poco satisfactorio. Imaginad primero un escenario, si vuestro tema lo requiere, y a continuación colocad las figuras en él. Pensad en la luz y la sombra que influyen

sobre ese escenario y sobre las figuras comprendidas en él.

Es mejor, en realidad, pensar en el escenario, o en el diseño, o combinación de formas de que será parte la figura, antes que en la figura misma. Vamos a suponer que dibujamos, tomándola de un recorte, una hermosa bañista, poniéndola en medio del espacio en blanco, y ocupando todo el centro del cuadro. Supongamos ahora que empezamos a pensar en el escenario. ¿Qué podemos hacer sino llenar los dos costados vacíos con una playa, agua y cielo? Naturalmente, como diseño va a resultar cualquier cosa, porque no hemos tomado en cuenta el diseño para nada. Supongamos ahora que realizamos primeramente un plan consistente en algunos toques oscuros (que podrán eventualmente ser rocas), algunos grises (eventualmente sombras, agua o cielo) y algunos blancos (eventualmente nubes). Pronto encontraremos la ubicación adecuada para la bañista. El gris puede ser una ola al romper contra la playa, el blanco la espuma, la malla de la bañista será de tono claro u oscuro según las necesidades del diseño. Podemos dibujarla sentada o recostada. Una de las manchas que hemos hecho puede ser una capa agitada por el viento; una mancha blanca puede ser una gaviota. Podemos dibujar a la figura mitad en luz y mitad en sombra. Hay mil y una posibilidades interesantes. Esto es lo que yo entiendo por "aproche". Si queréis crear, dejad algo librado a vuestra inventiva. Es verdad que podéis fácilmente orillar el problema, saltando de entrada a la etapa final de vuestro trabajo, y dejándolo todo confiado a la suerte. Pero si os limitáis a tomar una copia fotográfica y reproducirla literalmente, o si os sentáis a copiar una fotografía que habéis sacado vosotros mismos, ¿cómo podéis esperar que vuestro trabajo sea mejor que el de vuestros competidores? En el mejor de los casos todo lo que podéis hacer es realizar una copia un poco mejor, y nada más. Pero vuestro cliente no quedará satisfecho con eso. La próxima vez puede ser vuestro competidor quien haga la mejor copia, y vosotros quedaréis desplazados.

La labor creadora reside en el planeamiento, lisa y sencillamente; lo demás no es otra cosa que buen trabajo de artesano. Tened esto en cuenta al pensar vuestro aproche.

Lo primero que deberéis hacer una vez elegido el aproche es un bosquejo. Aunque el cliente no os lo pida, el resultado final de vuestro trabajo será mejor si adquirís la costumbre de bosquejar vuestra idea antes de emprender su realización definitiva. Después de haber hecho vuestros esquemas iniciales, y de haber obtenido vuestros recortes, fotografías o estudios, haced un boceto de conjunto. De esta manera tendréis desde el comienzo todas las probabilidades de mejorar vuestra idea; os ayudará a descubrir las dificultades, si las hubiera, y no tendréis que efectuar cambios en vuestro trabajo final, después de horas o días enteros de labor. Tal vez descubriréis que la figura debe desplazarse, bien hacia arriba o hacia abajo. Quizá sería conveniente cambiar el valor del vestido. Tal vez la "pose" podría ser mejorada. Sólo mediante la experimentación podréis descubrir estas cosas. Si una vez emprendido el trabajo final debéis cambiar de idea, el resultado no será bueno. Un trabajo no tiene el mismo aspecto cuando ha sido retocado o modificado. Aprender esto lleva mucho tiempo, y hay quienes no lo aprenderán nunca jamás. El que trabaja sobre bocetos previos tiene todas las ventajas que sobre el orador improvisado posee aquél que ha preparado cuidadosamente su discurso. Solucionad todas las dificultades de vuestro cuadro antes de extender la tela final o antes de estropear esa hermosa hoja de cartulina para acuarela. ¡Vale la pena!

Si el tiempo de que se dispone lo permite, es mejor hacer un primer estudio de la figura, y después trabajar a partir de ese estudio más bien que a partir de la copia fotográfica, es decir de la figura ya parcialmente realizada pasar a la realización final. Comprendo perfectamente que esto no siempre es posible. Pero el tiempo que se invierte en ello será recompensado por la claridad, la soltura y frescura del cuadro. Todos nosotros nos esforzamos por lograr la perfección en el dibujo, los valores, la forma y el diseño, todo al mismo tiempo; esto no siempre es posible. Realizarlo por etapas implica más trabajo, pero el resultado es mejor. En resumen, el mejor procedimiento consiste en llegar a la realización final pasando por los esquemas, el boceto y los estudios. Es una combinación que resultará difícil de superar. Si podéis realizar vuestro estudio en el mismo medium del trabajo definitivo, mejor, puesto que tendréis de antemano solucionados los problemas inherentes a la realización con ese medium determinado.

Como he señalado anteriormente, vuestro aproche técnico, vuestra manera, vuestro estilo, deben ser absolutamente personales; algo que no puede ser determinado, ni siquiera orienta-

do, por otros. Pero no nos está prohibido discutir algunos de los recursos que tendréis a vuestra disposición, o la actitud, respecto a vuestro trabajo, que deberá ser incorporada a vuestro estilo, cualquiera sea éste. El primer problema que se presenta a nuestra consideración, una vez sentado aquello, es el del detalle.

EL PROBLEMA DEL DETALLE

Sobre este particular seréis vosotros, en última instancia, quien decida. Se descuenta que deberéis empezar por adquirir habilidad suficiente para dar "acabado" a vuestra obra cuando el cliente lo exija. Y aun por propia inclinación podréis preferir el tipo de trabajo minuciosamente exacto y acabado. No hay nada de malo en esto, siempre habrá compradores para esa clase de trabajo. Sin embargo, y puesto que la fotografía realiza exactamente lo mismo, yo personalmente prefiero el arte que se aparta de lo fotográfico en la mayor medida posible... Trataré de ilustrar en este libro ambas tendencias, ya que es una verdad comprobada que la mayor parte de los clientes prefieren el acabado y el detalle a la soltura y libertad de expresión. Por otra parte, como he dicho antes, yo creo que el futuro del arte depende de la individualidad de la concepción, y para mí una interpretación amplia y libre expresa mayor individualidad que una interpretación minuciosamente sujeta al detalle y la exactitud. Pero las obras primeras de todos los artistas caracterizados por la amplitud y soltura de su estilo demuestran por lo general que tuvieron que dominar el detalle antes de subordinarlo o eliminarlo.

Es preciso admitir que la transición del "detallismo", una vez dominado éste, a un estilo desembarazado y sugestivo es extremadamente difícil. Es en realidad mucho más difícil pintar subordinando el detalle que subrayándolo, porque tanto de un modo como de otro el trabajo debe tener fuerza de convicción y verdad, aunque no sea una verdad literal. La minuciosidad nos obliga a preocuparnos tanto por la superficie, que perdemos planos y sensación de masa, y nos hace tan conscientes de contornos y bordes que no sabemos ablandarlos o perderlos. La gradación de tonos de una forma redonda puede ser tan suave que la forma pierda todo carácter. Uno puede ver la forma compuesta por una serie de tonos diversos, pero el artista verdaderamente competente modela esa forma con dos o tres planos solamente. Cuanto menor el número de planos, más amplio el trabajo, puesto que la amplitud de ejecución consiste en realidad en amplitud de visión. Uno puede ver un borde duro, bien definido. Está bien, pero no por eso es necesario desenterrar, por así decnrlo, bordes invisibles, y endurecerlos y definirlos también. No la definición, sino la selección, la acentuación y la subordinación constituyen la base del arte. Dar igual importancia a todos los componentes de un cuadro es como tocar todas las notas de una composición musical con intensidad igual y monótona, sin acentuar ni modular. Un cuadro pintado de ese modo jamás logrará arrancar ese "¡Aahh!" con que expresamos nuestra admiración ante la auténtica obra de arte, puesto que le faltará vitalidad y espíritu.

Está bien pintar los detalles de un objeto visto de cerca, mas para dar la sensación de distancia, la forma deberá resolverse en planos y masas, en medida mayor cada vez si la distancia aumenta. Esto es exactamente lo que ocurre en nuestro campo de visión. A diez o doce pies de distancia no distinguimos las pestañas unas de otras, ni las pequeñas arrugas de la cara. Tampoco las ligeras variaciones de las pequeñas formas de la superficie. No vemos más que luz, medio tono y sombra. Si estamos lo bastante lejos no vemos más que luz y sombra.

La mayoría de los errores a que conduce la exageración en los detalles se comete impensadamente. El artista saca una fotografía de primer plano de su modelo, pero al introducir el modelo en el cuadro le asigna un plano más alejado. Debe tenerse en cuenta que el lente tiene una agudeza de percepción mayor que la del ojo, y que esa agudeza sigue manifestándose a pesar de la distancia. Esto es difícil de creer si no se realiza el siguiente experimento: extended el brazo y fijad vuestra atención sobre la uña de uno de vuestros dedos. ¿Cómo veis los detalles de los objetos situados detrás de la uña, siempre que ésta sea el punto focal de vuestra atención, con qué claridad los percibís? Todo lo que hay detrás de la uña se hace difuso, o es percibido en doble imagen. Fijad ahora la vista detrás de la uña: veréis dos dedos en lugar de uno. Si cerráis un ojo, veréis lo que fotografía la cámara. Los dos ojos no pueden enfocar simultáneamente dos distancias distintas. Quizá creáis que podéis ver con la misma precisión todos los objetos contenidos en vuestro campo visual. Para probaros que no, pedid a una persona que extienda la mano unas pocas pulgadas a la

derecha o a la izquierda de su barbilla. Concentrad vuestra mirada en el centro de la barbilla. ¿Cómo veis la mano mientras tenéis la vista fija en la barbilla? Invertid el procedimiento. ¿Cómo veis los rasgos de la cara cuando tenéis la vista clavada en la mano? La verdad es que el ojo, ese maravilloso instrumento, realiza constantes ajustes focales, con tal rapidez que puede induciros a pensar que abarca con igual exactitud todo el campo visual. Pero como en un instante dado la vista sólo puede *concentrarse* en una distancia dada, si el cuadro tiene un punto de interés focal, y el material circundante se subordina y esfuma ligeramente hacia los bordes del cuadro, el efecto total es mucho más veraz que si se hacen constar detalles que existen pero que no percibimos. No quiero decir con esto que debemos delimitar una zona bien definida y otra borrosa, pero cuanto mayor es la distancia al punto focal, mayor el número de detalles que pueden subordinarse, mayor la suavidad de los contornos; así se obtiene un poderoso efecto realista, obligando a la atención a concentrarse en los detalles que habéis querido enaltecer. Encontraréis este procedimiento en Rembrandt, Velázquez, Tiziano, Gainsborough, Romney, Sargent, Eakins, Alexander y tantos otros. Degas era un maestro de la concentración y subordinación del detalle, y asignaba suma importancia al diseño y la composición. El ilustrador que se inicia puede estudiar su obra con provecho. El trabajo de Pyle era completo, sin duda, pero rara vez minucioso.

Si se registran todos los detalles del cuadro, como aparecerían en una fotografía de primer plano, los componentes del mismo son atraídos efectivamente a primer plano, más aún, a la misma superficie del papel o la tela, y se tiene la sensación de contemplar una escena más o menos distante con prismáticos. Técnicamente, vuestro cuadro se convierte en un acumulamiento de detalles, no hay sensación de espacio ni de distancias. A menos que los detalles de los planos posteriores estén subordinados a los del primer plano, parecerá que existe un solo plano, contra todas las leyes de la perspectiva. La solución consiste en sumergir o desvanecer en el tono los detalles de la superficie a medida que la distancia aumenta. La trama de un *sweater*, por ejemplo, no es perceptible más allá de unos pocos pies de distancia. El *sweater* se convierte en simple tono. Pero, ¿qué importancia tiene la trama, los pequeños pliegues o cualquiera de los pequeños detalles? Lo que nos importa son las grandes formas. Añadir detalles que no vemos es tan falso como definir contornos que no percibimos. El hecho de que la cámara capte los detalles con mayor fidelidad no hace que una fotografía tenga mayor valor pictórico. Pintamos para dar una imagen de la vida como la vemos, y no para duplicar mecánicamente. Es decir que cuanto mayor sea la distancia, menor el modelado, más simple el tono, menor el número de planos (me refiero a los medios tonos), menor la reflexión en las sombras, más sencilla la combinación de luz y sombra simples. La distancia da un efecto de affiche. Esto se aplica especialmente a los temas de exteriores.

A diez o doce pies de donde estoy sentado hay un reloj de pared. Sé que esa mancha gris en la parte superior está compuesta por una X y dos I. Pero la apariencia real de la esfera del reloj es: un círculo con manchitas grises en su periferia. Si quisiera pintar este escenario incluyendo el reloj y numerando con claridad la esfera, sacrificaría la sensación de distancia, y el reloj de pared pasaría a primer plano, convertido en un reloj de bolsillo que yo tuviese a pocas pulgadas de distancia. Sin embargo, es esto lo que se hace y repite actualmente en el dominio de la ilustración, y lo peor es que lo hacen buenos ilustradores. Pintan lo que saben que existe, pero no como lo ven. Este procedimiento es irreflexivo y erróneo. El artista debe realizar un esfuerzo heroico por separar el detalle del tono en su propia mente y en su propia visión. Debe comprender que su visión es mil veces más hermosa que la de la cámara. Si desea mayor belleza, debe combatir el exceso de detalles que registra su cámara. Será mucho mejor si aprende a confiar menos en la cámara y más en su propia iniciativa y sentimiento, tratando de ver a la vez con la razón y la imaginación. Sólo así es posible remontarse a alturas inalcanzables con simples dispositivos mecánicos.

Quizá haya quien no se ha detenido a meditar si el detallismo persigue realmente algún fin. Que se detenga entonces a contemplar el paisaje en un día brumoso y que vea la verdadera belleza de la subordinación. Que estudie los exteriores, al crepúsculo, contra un cielo llameante, el misterio de la luz lunar comparándolo con el mediodía. Que raspe con una espátula su cuadro demasiado definido, y encontrará inmediatamente en él mayor belleza que antes.

EL TRATAMIENTO DE LOS BORDES

Quizá el elemento más importante para obtener libertad y soltura es el tratamiento de los bordes. Si nos atenemos a la verdadera apariencia de las cosas en el espacio, existe una "pérdida" y un "encuentro" de bordes. Pero el ojo debe habituarse a captarlos. Quizá vosotros no creáis que esta diferencia pueda existir en la naturaleza, porque es difícil apreciarla a menos que se la busque. La blandura de un contorno puede ser evidente, por ejemplo el contorno de un rostro, o el borde de un tapado de piel, pero a veces también hay blandura en bordes duros, es decir, bordes que en la realidad están formados por una línea o una superficie dura, como, por ejemplo, los cuatro lados de una mesa lustrosa, o bordes que son duros al sentido del tacto. Irreflexivamente podemos dar dureza a todos esos bordes en nuestro trabajo. Es decir, podemos pintar lo que sabemos que existe, pero no lo que percibimos. Contemplad la superficie de la mesa y veréis que todos los bordes son diferentes. Los cuatro bordes pasan junto a ciertos tonos que parecen fundirse con ellos. Otras veces resaltan mucho, se los ve en relieve. La superficie de la mesa puede recibir luz refleja que endurezca los bordes, o por el contrario sombra refleja que los esfume. Es decir, que los bordes están incluídos en el Principio de la Forma, desde que están en relación con los tonos circundantes, y son influídos por lo que los rodea. Según las condiciones del momento, un mismo borde puede parecer duro o blando.

Mirad a vuestro alrededor. Los primeros contornos que saltan a vuestra vista son aquéllos que están en considerable contraste de valores con el medio circundante: luz contra sombra o viceversa. Luego advertiréis otros contornos menos insistentes, menos definidos. Al pintar podéis comenzar por ablandar esos bordes. Debéis suavizarlos, porque efectivamente son suaves en comparación con otros. Después descubriréis que hay bordes rodeados de sombra, como sumergidos en ella. Tendréis que mirarlos con atención para distinguirlos. Y, por último, habrá —así lo espero, al menos— bordes que no podréis ver en realidad, aunque sepáis que existen. Estos son los bordes que deben perderse por completo en pintura. Tan sólo estudiando el tratamiento de los bordes se logra comunicar la sensación de espacio.

Si sólo buscamos dureza y definición, no veremos otra cosa. ¿Cuántos de nosotros buscamos realmente la blandura, los tonos sumergidos, tonos perdidos y rodeados por la sombra? Sin embargo, son éstas precisamente las cualidades que reverenciamos en las obras de los artistas verdaderamente grandes. Si sólo vemos los rasgos duros en la vida, es probable que también en los grandes cuadros sólo apreciemos la dureza. Pero si además distinguimos los rasgos suaves en la vida que nos rodea, los advertiremos en esas grandes obras. Hay un equilibrio entre dureza y suavidad, no todo es duro ni todo vago y borroso. En realidad nuestros cuadros no difieren tanto de las grandes obras por el medium o la destreza como por la visión. No hemos desarrollado esa visión en un grado tan grande porque no hemos establecido un contacto profundo con la verdad de la naturaleza. No desarrollaremos nuestra visión si no la usamos. Vuestra cámara y vuestro proyector no perfeccionarán jamás vuestra visión. Por el contrario, colgarán como un peso sobre ella, sin que lo advirtáis. Porque la "pérdida y encuentro de bordes" tienen tanto que ver con la visión y el sentimiento íntimo del artista que no podemos reducirlos a fórmulas. Pero creo poder daros algunas indicaciones que os ayuden a descubrir esa cualidad.

1. En primer lugar, examinemos el ablandamiento producido por el "halo". Llámase halo al derrame de luz de una fuente determinada sobre el tono circundante, como la aureola que rodea a la llama de una vela. Que el halo existe en realidad, lo prueba la empañadura que se observa en una fotografía en torno a una fuente de luz, tal como una ventana iluminada o una lámpara. Un ablandamiento como éste se obtiene suavizando el tono *exterior* al contorno; suavizando, por ejemplo, el tono que rodea al borde interior de la luz de una ventana. Si queréis que una luz parezca brillante, dejad que algo de esa luz se derrame en los tonos circundantes. El borde propiamente dicho puede mantenerse bien definido, pero habrá una elevación de los valores que rodean a ese borde.

También tenemos en pintura lo que se conoce con el nombre de "pasaje" de un tono a otro. Un borde puede aparecer duro e insistente contra otro tono vecino. Queremos que la acentuación recaiga en otro lugar, y nos gustaría subordinar ese borde. Esto es lo que ocurre a menudo con los hombros y los brazos en un retrato. Para ablandar o subordinar ese borde, podemos aproximar los valores de ambos

tonos, haciendo que uno de ellos se desvanezca gradualmente en el otro. No es necesario que el borde desaparezca, puede conservárselo. Lo que hacemos, en realidad, es extender el valor de un tono hacia otro tono adyacente. Un fondo brillante, por ejemplo, se oscurecerá un poco al acercar un borde oscuro, o se iluminará ligeramente al aproximar un borde claro. De este modo llamamos menos la atención sobre él, pero conservamos el borde, sin hacer que una vestidura, por ejemplo, aparezca borrosa e indecisa.

2. El caso que consideraremos ahora es mucho más sencillo. Se trata de los bordes que son blandos por sí y que se funden con lo que hay tras de ellos; el borde de la barba de un hombre, por ejemplo, o un mechón de cabellos, las ramas más finas de un árbol, la gasa y otros materiales transparentes, la niebla, nubes, espuma, etc.

3. El borde de que trataremos ahora es blando a causa de la fusión de valores, es decir, se presenta cuando el borde ha adquirido el mismo valor que el del tono contra el cual aparece. Cuando hay dos valores próximos es conveniente aproximarlos aún más. Podéis recurrir a la dureza en otro lugar, donde dé mejor resultado. Este es el caso en que la luz aparece realmente contra la luz, el gris contra el gris, o el oscuro contra el oscuro.

4. Cuando la forma presenta una gradación de tono que tiende a aproximarse al valor colocado detrás. Por ejemplo: la luz sobre el cabello a medida que éste se acerca a la luz de fondo.

Las cuatro causas citadas son causas naturales o verdaderas de pérdida de bordes. Consideremos ahora ciertos casos en los que es conveniente perder deliberadamente un borde para realzar las cualidades pictóricas de un cuadro.

5. En los casos en que dos bordes duros se crucen, y uno esté detrás del otro, teóricamente deberéis ablandar el que queda detrás. Ejemplo: cuando la línea de una colina corta el contorno de una cabeza, pasando por detrás de ésta, ablandad el contorno de la colina, especialmente al llegar a los puntos de intersección con el contorno de la cabeza. No es necesario que la línea que queda detrás esté a varias millas de distancia para suavizarla; aun el borde de una silla, o de cualquier otra forma colocada detrás del contorno de la cabeza, deberá ser ablandado. De ese modo se evita la fusión de ambos contornos.

6. Pueden incorporarse elementos de blandura y difusión con fines de presentación artística, para eliminar la excesiva dureza o el énfasis. Un árbol a la distancia deberá naturalmente ser pintado con contornos más suaves que otro en primer plano, para darle su verdadera ubicación y crear la ilusión de espacio. La sensación de espacio es en realidad más importante que el árbol. Si pintamos ambos árboles con idéntica dureza, traeremos ambos a primer plano, lo que es falso.

Esto no debe interpretarse como que es preciso infundir dureza y consistencia a todo lo colocado en primer plano, y pintar todo lo colocado detrás de modo difuso y como si estuviera fuera de foco. El conjunto deberá tener cierta solidez de visión, y no dar la sensación de que el espectador es miope. Las diferencias deberán ser graduales y sutiles, no demasiado evidentes. Puede existir cierta blandura en los bordes más próximos, mezclada con la dureza, y viceversa, cierta dureza en los contornos más alejados. El cuadro deberá dar la sensación de un sutil "entrelazamiento" de masas, de manera que las diferentes áreas no queden tan distintamente separadas como los países de un mapa, por ejemplo. Al seguir cualquier contorno, deberán encontrarse en él cualidades de "pérdida y encuentro", y la subordinación deberá ser más acentuada a la distancia que en primer plano. Toda dureza excesiva es mala. Toda excesiva blandura es mala. El secreto consiste en combinar la dureza con la blandura. Estudiad algunas buenas obras de arte desde este punto de vista y abriréis los ojos. Pero, en primer término, tratad de descubrir esto en la vida que os rodea; lo encontraréis, pero tan sutilmente insinuado que vuestra tarea consistirá en acentuarlo. La naturaleza tiene el espacio a su disposición, pero nosotros sólo contamos con una superficie, un solo plano, y debemos adoptar medidas más bien drásticas para impedir que los objetos parezcan pegados en nuestro cuadro. Este es el defecto capital de muchas ilustraciones.



Os presento aquí una foto que trataré de pintar de la manera más terminada posible. Trataré de conservar los valores y el muy suave modelado de la forma. Francamente este cuadro pertenecerá al tipo de pintura apodada "lisa", que, sin embargo, ocupa su lugar en nuestro oficio. El cuadro tendrá su atractivo para una gran mayoría de clientes, a quienes en realidad gusta el acabado prolijo. Pero aun en este caso extremo es posible superar la imagen mecánica y exacta que nos da el lente. Podemos al menos subordinar la superabundancia de detalles, especialmente en el vestido, y simplificar y en cierta medida realzar lo demás. Este es el tipo de pintura más "fotográfica" que yo me atrevería a hacer. La he incluído para demostrar que aun un trabajo terminado y exacto en sus detalles no necesita ser áspero y duro. La suavidad salva el cuadro; así lo espero al menos. Os ruego observar que no he buscado bordes inexistentes, y que en cambio he subordinado muchos existentes en la copia fotográfica. Estudiad atentamente la copia fotográfica y la pintura, área por área. No os sugiero que pintéis así; ésta no es más que una manera de hacerlo. Vosotros pintaréis siguiendo vuestras propias inclinaciones, como prefiráis hacerlo.



La gente suele alabar atolondradamente a un artista, diciéndole: "¡Qué maravilla, eso parece una fotografía, ni más ni menos!" Tristes palabras para el artista consciente. Sin embargo, como ilustradores debemos aceptar el hecho que un gran porcentaje de personas tienen aguda conciencia del detalle, el detalle les agrada. Podemos darles detalle, cuando es necesario, aunque eso nos moleste un poco. Pero, al menos, podemos elegir esos detalles, subordinando los que no nos agradan. Toda fotografía está llena de detalles desagradables, y a su vez toda fotografía tiene posibilidades de gracia y encanto. En consecuencia, deberemos estudiar cuidadosamente qué es lo que aceptaremos, y qué lo que desecharemos. Si los valores y los planos están bien dados, si se presta atención a la dureza y la blandura, los detalles irrevelantes no serán echados de menos. Podemos superar a la cámara, porque la cámara no puede seleccionar ni subordinar, gracias a Dios.

Advertid la gran cantidad de bordes blandos, que sin embargo no producen un efecto borroso o confuso. Encontraréis rasgos duros y suaves, pero combinados, formando contraste, nunca prevaleciendo unos sobre otros. Esto va para el artista que se inicia y lo ve todo duro y áspero.

REFORZANDO LOS PLANOS Y ACENTOS



Aquí os doy mi copia fotográfica. Incidentalmente, hace falta bastante coraje para echar así mis cartas sobre la mesa. Pero si me he propuesto enseñaros, es justo que os muestre con qué elementos trabajo. En esta fotografía el fondo me parece intrascendente, irrelevante y superfluo. ¿Por qué no eliminarlo del todo entonces, y dejar apenas lo suficiente como para que la figura no parezca pegada en una página en blanco? Debemos dar, al menos, la sensación de que la figura está colocada en el espacio. Lo que me interesa aquí es, en primer término, la forma, en segundo término, el carácter. Hay tantos detalles intrincados en la vestidura propiamente dicha que es fácil al ojo seleccionar.

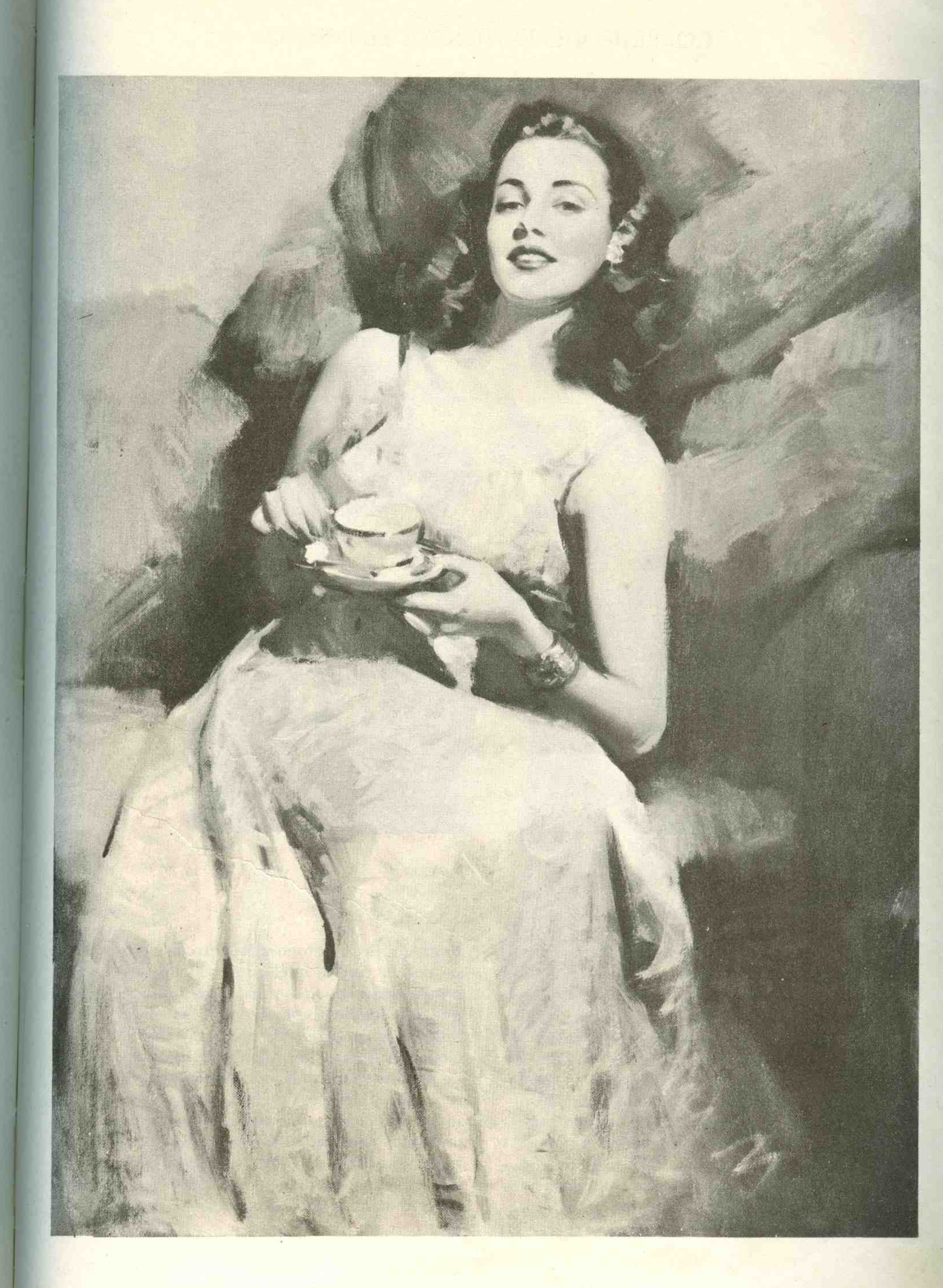
También aquí podemos superar a la cámara, desde el momento en que podemos eliminar lo innecesario concentrándonos en lo que nos interesa. He insistido en la vivacidad de planos y acentos, perdiendo sólo los bordes que realmente parecen perdidos en la copia fotográfica. Hemos logrado, según creo, exactitud sin dureza. La forma es completa, sin ser remilgada ni tampoco endurecida. En cada área encontraréis una simple zona de luz contra un medio tono simple, que se funde en una sombra simple también, casi mate. He tratado de utilizar un mínimo de pinceladas, para obtener la mejor expresión posible de los planos. Siempre existirá una buena demanda de este tipo de aproche concentrado y bien definido. Se presta admirablemente a cualquier tipo de ilustración.


ANDREW LOOMIS

QUEBRANDO LOS TONOS DEMASIADO SUAVES



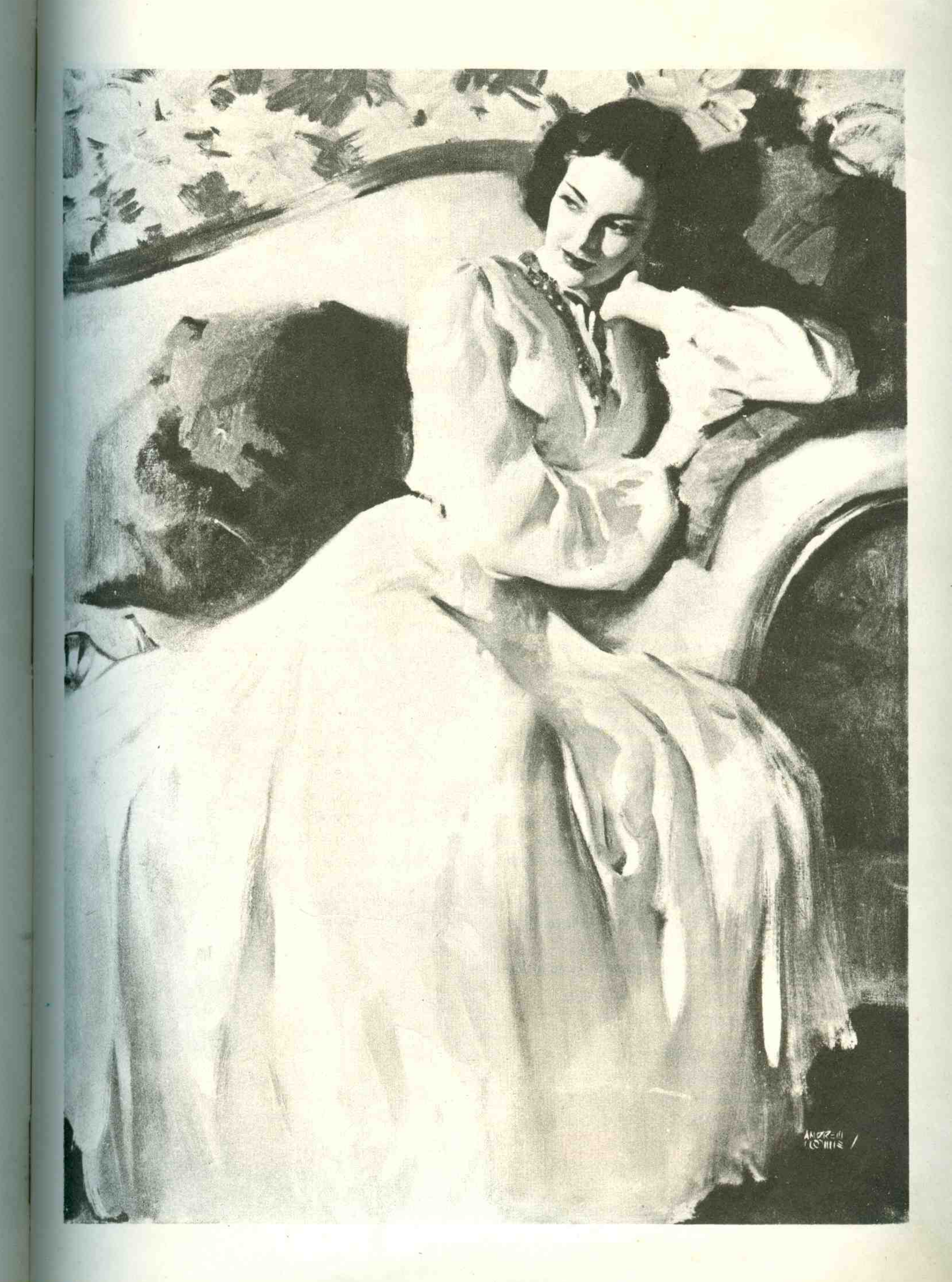
Esta es otra fotografía elegida como modelo. Uno de los rasgos principales que identifican a una fotografía es la extrema suavidad de los tonos. Al trabajar con esta copia fotográfica he quebrado algunos de los tonos, como así también algunos bordes. Los intrincados detalles del vestido han sido subordinados. He disminuído la importancia del sofá con relación a la figura, definiéndolo menos. Los grandes planos del cuadro están acentuados. He tratado de evitar en lo posible los tonos mate. Estos pueden ser convenientes en ciertas ocasiones, pero con mucha frecuencia las áreas pintadas de manera demasiado lisa y uniforme, tienen una apariencia monótona. Un ligero cambio de tono dentro de otro tono, para quebrar la sensación de uniformidad, puede añadir vitalidad allí donde no la hay. De ser posible, un área deberá parecer pintada, no empastada; ésta es una de las diversas maneras de hacerlo. Notad los acentos de oscuridad contra luz colocados aquí y allá para añadir "impacto". Las luces han sido forzadas un tanto para obtener una mayor brillantez. El fondo ha sido aclarado en parte para evitar la monotonía tonal de la fotografía.



CORRIGIENDO EL TONO Y EL DISEÑO



Tenemos aquí una fotografía más bien ordinaria en cuanto a diseño, y a la que le faltan el contraste y la brillantez necesarios para obtener una buena reproducción. En consecuencia, introducimos en el fondo un diseño más vivaz: las curvas del sofá parecen darle un poco más de variedad. Los contrastes son acentuados añadiendo un almohadón más oscuro contra el vestido blanco, y la intensidad de la luz con respecto a la sombra ha sido aumentada un tanto. Al mismo tiempo he ablandado o modulado algunos bordes. Los rasgos blandos introducidos contribuyen en gran medida a mitigar el aspecto fotográfico. El tono más claro del sofá impide que el vestido quede tan aislado, y parece entrelazarlo con las otras áreas tonales. Creo que los detalles bastarán para satisfacer con holgura a cualquier cliente que desee ilustraciones de aspecto "terminado". Un cuadro puede parecer mucho más terminado de lo que en realidad es, siempre que los valores sean correctos y agradables. En este caso particular no podíamos eliminar el fondo, porque el vestido habría quedado sin contraste contra un fondo blanco. En consecuencia nos vimos precisados a inventar un fondo adecuado.


ANDREW
LOOMIS

APROCHE DEL "GRAN TONO"

He llamado a este aproche, aproche del "gran tono", porque eso es en realidad. Podríamos llamarle también "aproche del diseño". Trataremos de expresar de la manera más simple posible las grandes masas tonales de nuestro tema. El diseño, es, a fin de cuentas, efecto de "gran tono", un área opuesta a otra en valor, y todas tendiendo a formar un diseño. Siempre que reunimos áreas de tonos distintos obtenemos un diseño, ya sea bueno o malo. A los pintores nos resulta evidente que el efecto obtenido por la disposición de esos tonos es más importante pictóricamente que el tema que pintamos.

Este es otro motivo para no interpretar demasiado literalmente las complejas formas y superficies de la naturaleza; es preferible buscar el diseño en el material que ella nos ofrece. Se advierte instantáneamente que esta actitud implica buen gusto, selección e inventiva. Vosotros deberéis poner de vuestra parte la agudeza de visión, cualidad de que la cámara carece en grado tan lamentable.

A veces un simple trabajo de affiche resulta mejor que un trabajo más terminado, porque está más verazmente concebido y ejecutado; verazmente en el más amplio sentido, no en un sentido detallista y minucioso. Una gran verdad es mucho más comprensible que una serie de verdades pequeñas (las que, por ignorancia o incomprensión, suelen ponerse en lugar de las grandes verdades omitidas). A esta verdad se han aproximado muchos de los artistas abstractos, pero omitiendo elementos que podrían hacerlos mucho más grandes, desdeñando una alianza con la Creación. No parece posible que leyes que funcionan tan bien como las grandes leyes naturales, que existen desde hace un billón de años y controlan el mismo universo, estén tan equivocadas como alegan esos artistas. ¿No será una falta de discernimiento, de percepción, por parte de ellos? Sea como fuere, no puedo menos de recomendar a los jóvenes artistas que pesen detenidamente el problema antes de avanzar demasiado en lo abstracto e incomprensible, antes de descartar la riqueza de material que nos ofrece generosamente la naturaleza. Vosotros no podéis vivir sin luz, y nuestro arte tampoco.

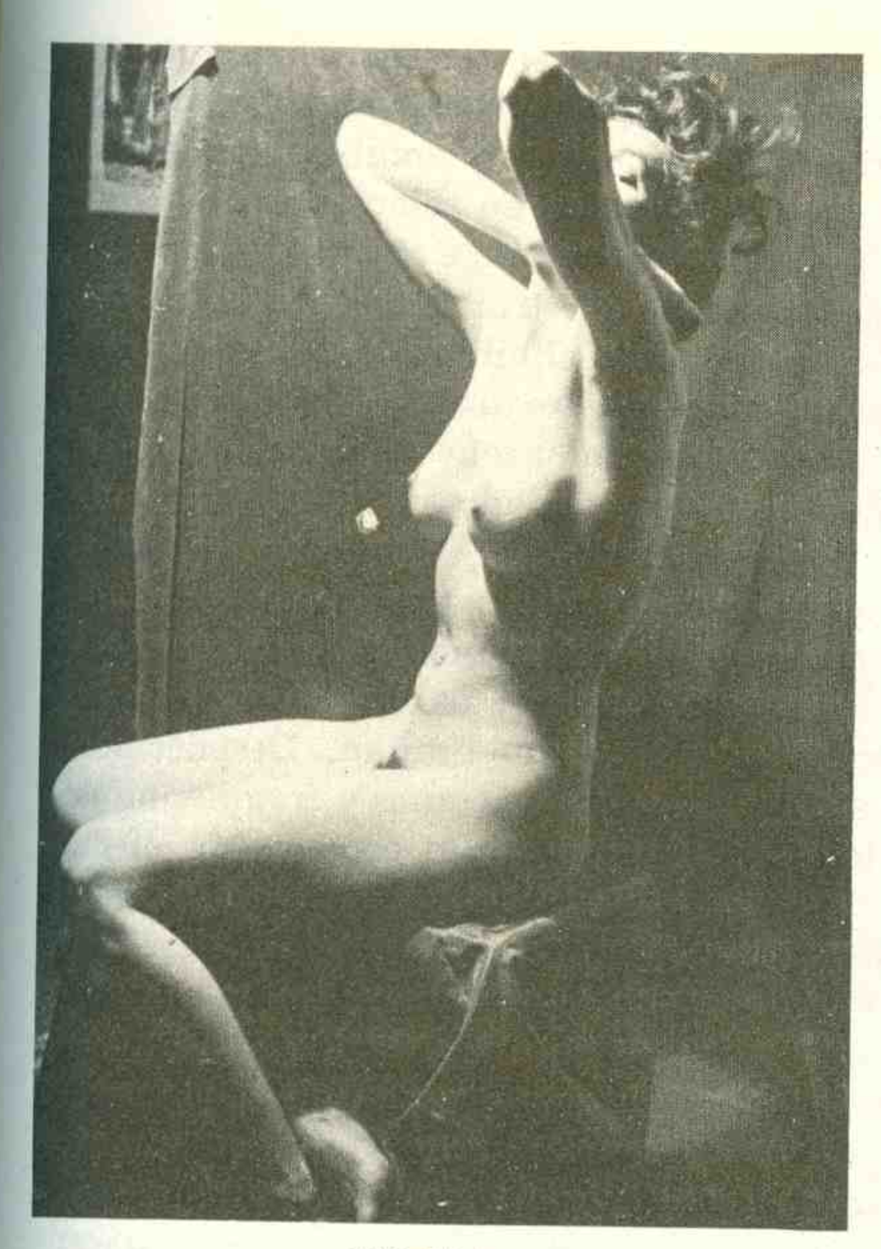
En la página siguiente hemos tomado un simple tema de figura. Creo que mi demostración será perfectamente comprensible. Lo que intento mostraros es la fuerza de la luz, el medio tono y la sombra simples, en relación con el principio de la forma. Aun sin ir más lejos, con sólo expresar correctamente en el dibujo estos tonos y estas formas simples, amén de los valores, en relación unos con otros según la luz, y en relación con los elementos circundantes, podéis ser buenos pintores.

Todo esto es en realidad tan simple, que la falta general de comprensión resulta sorprendente. En mi opinión, gran parte de las dificultades surgen del hecho de que rara vez se hacen copias o reproducen modelos con luz y sombra simples. Naturalmente, si quebráis o desmenuzáis con media docena de luces diferentes estos tonos originales simples, que son los mejores que podéis obtener, no os quedará forma alguna, os privaréis de la oportunidad de expresar la forma. No haréis más que duplicar, sin sentido, una infinidad de tonos que carecen de significado e importancia. Es tan fácil quebrar la forma con luces como lo es disolver manifestaciones populares mediante edictos. Nadie va a ninguna parte, y el resultado es nulo.

Antes que nada, si lo que queréis es pintar, elegid para empezar una iluminación simple. Podéis iluminar vuestro tema de atrás o de frente, incluso podéis reflejar la luz si lo deseáis, pero siempre que sea posible emplead *una luz básica* para una mejor interpretación de la forma.

En los exteriores, la naturaleza resuelve por sí sola ese problema. Es en los interiores donde solemos embarullarlo todo.

APROCHE DEL "GRAN TONO"



COPIA



1. ANALIZAD VUESTRO TEMA PARA ENCONTRAR LOS GRANDES TONOS PLANOS DE LUZ, MEDIO TONO Y SOMBRA.
2. USAD TONOS QUE SE APROXIMEN AL VALOR MEDIO DE CADA AREA, O QUE PERMITAN SUBIR O BAJAR LIGERAMENTE EL VALOR, PERO MANTENIENDO LA GRAN RELACION DE LUZ Y SOMBRA CONTRA EL MEDIO CIRCUNDANTE (VER PRINCIPIO DE LA FORMA).
3. AHORA UNID LOS TONOS PLANOS, ESTUDIANDO CUIDADOSAMENTE LOS BORDES DE LA SOMBRA. EL FIN PERSEGUIDO ES CONSERVAR LA MAYOR SIMPLICIDAD POSIBLE.
4. AÑADID ACENTOS DE LUZ (LUCES) Y OSCURIDAD (ACENTUACION). ESTUDIAD LA "PERDIDA Y ENCUENTRO" DE BORDES. ESTA ES UNA DE LAS MEJORES MANERAS DE PINTAR.

Este procedimiento sólo se aparta del aproche del "gran tono" en la manera de ejecución. La diferencia consiste en no abarcar toda la tela desde el principio, sino tomar la luz, medio tono, sombra, etc., e ir pintándolos paso a paso. El resultado final suele ser un efecto algo más espontáneo y libre, una cierta soltura que no siempre puede obtenerse con el otro método. Pero los principios básicos de valores, formas, bordes y acentos son los mismos.

El ejemplo que acompaño fué empezado desde arriba, y terminado en la parte inferior. La figura fué bosquejada toscamente con un pincel. Después se colocaron las luces, luego los medios tonos, las sombras, las luces reflejas en las sombras y, por último, los acentos de luz y sombra. Todo este procedimiento se siguió separadamente para la cabeza en primer término, después con la silla, la cintura, los brazos, la pollera y las piernas.

Para bosquejos y estudios rápidos el procedimiento es ideal. Pero las cualidades tonales pueden no resultar tan buenas en conjunto. Yo lo empleo cuando no es necesario pintar toda la superficie de la tela o la hoja, o cuando hago una reproducción parcial o una viñeta.

Este aproche es más difícil que el del gran tono, porque es más arduo pintarlo todo sólidamente, de primera intención. El estudio que incluímos ha sido hecho en óleo blanco y negro, pero el aproche directo es aplicable a todos los mediums, y especialmente a la acuarela y a la gouache transparente, en que el procedimiento directo equivale a gracia y atractivo.

Este tipo de aproche no admite el repintado, una vez que la pintura primitiva está seca o pastosa. De ser posible, terminad cada detalle a medida que avanzáis en vuestro trabajo. Bien comprendido, éste es uno de los procedimientos más rápidos que existen. Os aconsejo hacer un esquema o bosquejo preliminar, para saber exactamente qué es lo que queréis hacer. El tiempo que se pierde en este bosquejo se compensa generalmente con el que se gana al no tener que adivinar o experimentar en las etapas finales del trabajo. Algunos pintores no dibujan siquiera los contornos del tema, sino que lo van dibujando y pintando al mismo tiempo, parte por parte. Este método es excelente cuando se trata de esbozos o estudios preliminares, pero si empezáis de ese modo el trabajo definitivo, corréis el peligro de agrandar demasiado el tema, y no poder introducirlo en el espacio que le está destinado. Casi todas las ilustraciones deben llenar un cierto espacio o proporción. A menudo debe dejarse espacio libre para texto, inscripciones, títulos, recuadros y nombres, que deben estar bien emplazados en relación con el margen. Si vuestro trabajo no se ajusta a esa proporción, tendrá que ser truncado o reconstruído. Si habéis cuidado el equilibrio y el diseño, y habéis elaborado vuestro trabajo final sobre esa base, será desalentador tener que cortarlo y destruir el diseño tan cuidadosamente planeado.

En el aproche directo, el primer elemento de trabajo son manchas tonales que colocáis una contra otra. Podríamos decir que "se llega" a los bordes, en vez de definirlos y pintar luego las superficies que limitan. Después pueden añadirse pequeños acentos y fragmentos de bordes. Naturalmente esto produce un efecto de mayor libertad y soltura que áreas de bordes definidos llenadas con pintura. Pero en todo caso, la rigidez o la soltura, más que del aproche dependen de la visión, como ya dijimos. Si veis vuestro cuadro "rígido" lo pintaréis así. O a la inversa.

No os desaniméis si vuestros primeros trabajos salen rígidos o "duros". Lo que debéis hacer es acumular conocimientos que os servirán para desarrollar un estilo más desembarazado. La soltura de estilo no es cosa que se tiene porque sí. A menudo es el resultado de muchos años de esfuerzo. Una vez que uno sabe lo que está haciendo, cuanto más lo hace más fácil le resulta. Algún día podréis pintar con sólo cuatro pinceladas la forma que hoy pintáis con cincuenta. Es una cuestión de autoeducación.

En el arte de pintar la soltura no siempre significa velocidad. Algunos de los pintores de estilo más libre y desembarazado son los que más lento trabajan. Algunos repasan su cuadro varias veces para obtener ese efecto; no siempre es la primera pintura lo que ven nuestros ojos. Quizá la primera tentativa fuera más "dura" que el cuadro que tanto os preocupa.

Creo que la verdadera razón por la cual, a medida que progresa en su arte el artista prefiere la soltura de estilo, es que cada tema va haciéndose individual, diferente de los demás. Una impresión personal indica imaginación, y también deja algo librado a la imaginación del espectador. Luego, es más eficaz esa interpretación personal que una detalladamente realista.

Si queréis copiar este trabajo con fines de experiencia, hacedlo, aunque prefiero que hagáis posar a alguien o realicéis un trabajo similar empleando una copia fotográfica.



EL APROCHE SUAVE

Esta es una deliciosa manera de pintar. Está muy estrechamente relacionada con el aproche del "gran tono". Sin embargo, en vez de pintar las grandes masas tonales con bordes duros que se suavizan posteriormente, los grandes tonos se suavizan en seguida. Después se añaden a los tonos blandos los detalles de superficie, repintando el cuadro mientras la pintura está aún húmeda. Donde fuere necesario se endurecen los bordes, y el resto permanece con la blandura inicial. Este es uno de los mejores métodos para combatir la dureza y rigidez. La rigidez proviene de las formas demasiado pequeñas, de la precisión excesiva, y de la definición total de los contornos.

Creo que este aproche será una revelación para muchos jóvenes pintores que aun no lo han intentado o no lo conocen. Tiene por resultado un sentimiento de mucho mejor calidad, y al mismo tiempo da al trabajo un efecto de tridimensionalidad sumamente ventajoso, sobre todo para quien no ha podido desprenderse de la costumbre de reducir sus cuadros a un solo plano, el plano de la tela. Hace que los componentes de vuestro cuadro no parezcan "empastados". Tratad de conservar toda la blandura que sea posible. Unas pocas y diestras pinceladas pueden dar todo el acabado que deseáis. Estoy completamente seguro de que éste debió ser el aproche de Sargent y Anders Zon, cuyos cuadros reflejan precisamente las cualidades que da este aproche. Se aplica con preferencia para efectuar cuadros completos, pero también resulta eficaz en la ejecución de esbozos, viñetas y casi todos los tipos de ilustración.

Vale la pena hacer algunos experimentos con este método. No he creído jamás en la conveniencia de limitarse a un solo método de aproche. Me gusta experimentar con todo lo que se me ocurre, o con todo lo que me sugieren las cosas que veo. Prefiero utilizar el método y el medium más acordes con el tema que elijo. Algunos temas parecen exigir un tratamiento "duro", otros un tratamiento "delicado y blando". En vuestro período de aprendizaje tratad de expresaros con la mayor amplitud y variedad posibles. De esta manera eliminaréis el riesgo de "gastar" vuestro aproche, y no cansaréis a vuestro público.

Observaréis que la primera etapa de la ejecución de esta cabeza consistió en la ejecución de un dibujo al carbón bastante cuidadoso. Después se distribuyeron sobre el carbón los grandes tonos. Aun esta primera etapa de nuestro trabajo da una sensación de luz y forma, que se acentúa con unas pocas pinceladas en la etapa siguiente. Agregando el detalle de los rasgos faciales y unos pocos acentos más de luz y sombra, el trabajo queda completo. Con el fin de mostraros las diversas etapas, he tenido que realizar cuatro dibujos distintos. Pero vosotros sólo deberéis realizar uno. Sin embargo, al haber hecho las cuatro etapas por separado, la última me llevó muy poco tiempo, puesto que tenía la experiencia de las anteriores. Este aproche es muy directo, y de ser posible el cuadro deberá ser terminado cuando la pintura de la primera etapa del trabajo está aún húmeda. Si al pintar el óleo deseáis, con el fin apuntado, retardar el secado, os bastará agregar a la trementina un poco de aceite de amapolas.

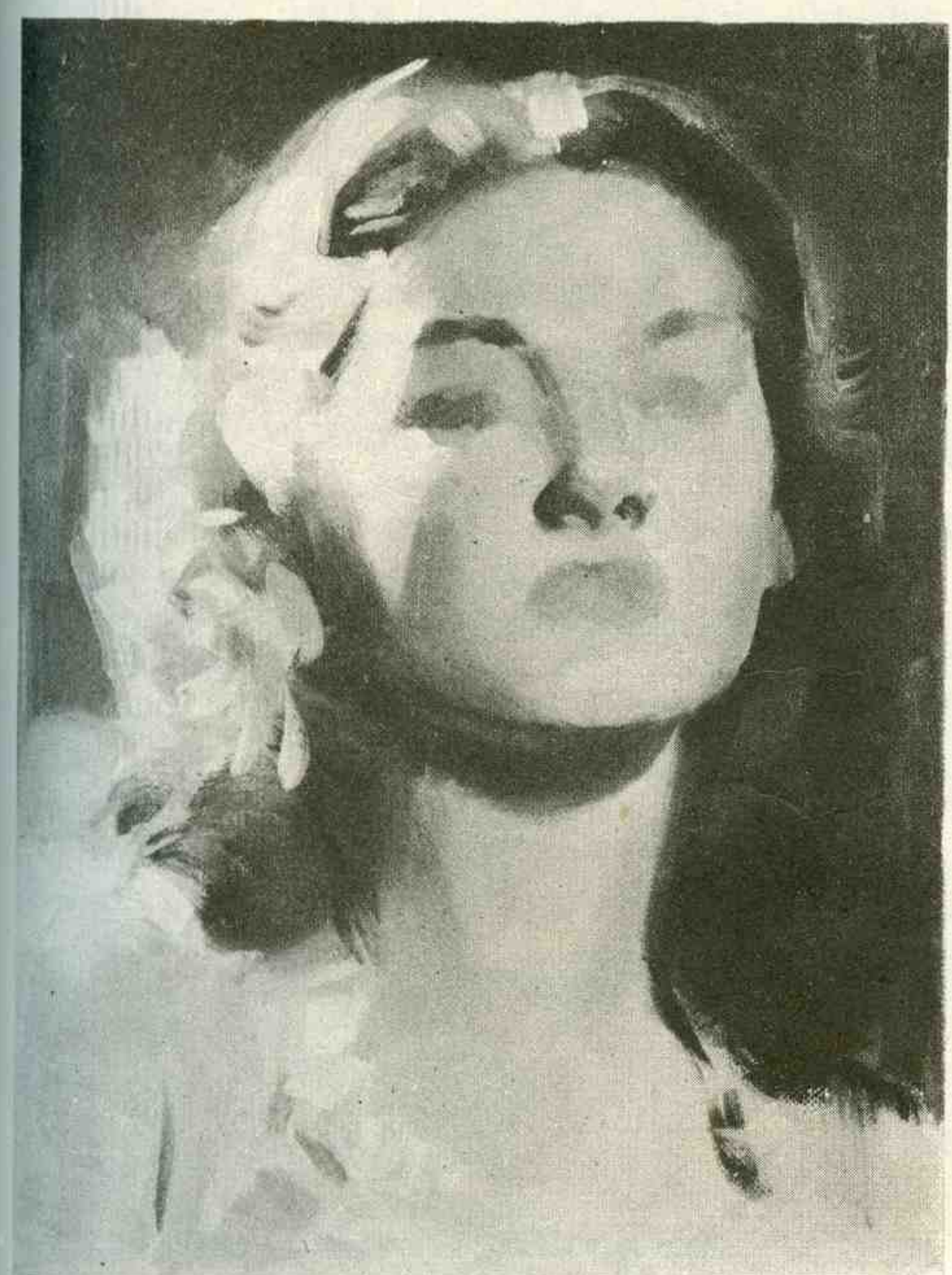
Este aproche se aplica mejor a la acuarela opaca que a la acuarela transparente. Es toda una prueba de destreza mantener los colores húmedos el tiempo bastante como para lograr blandura y suavidad suficientes, pero puede hacerse. El lápiz y el carbón son admirables para este aproche, así como cualquier otro médium que pueda ser borrado posteriormente con un borrador.

Muchos estudiantes abrigan la esperanza de poder observar trabajar a un profesional con el fin de aprender su técnica. Deberéis recordar siempre que la técnica tiene que ser vuestra propia. El método o el aproche son siempre cuestión de conocimiento. Un artista que conoce su arte a fondo no tiene ningún motivo para envolver esos conocimientos con un manto de misterio. La técnica no puede aprenderse mirando, sino haciendo. Si un artista puede indicar cómo se hace, eso será mejor que observarlo trabajar, y aun que copiar sus trabajos.

Experimentad con el aproche blando, si es de vuestro agrado. Si no os gustan los efectos que se obtienen con él, dejadlo de lado. Sin embargo, es un método muy bueno para superar a nuestros buenos amigos: la cámara y el proyector. No es posible estar calcando imágenes borrosas. Tal vez podáis suavizar imágenes duras, o a la inversa. No lo sé. Yo lo hago con los ojos, las manos y (así lo espero, al menos) la cabeza.









EL APROCHE "QUEBRADIZO"

Cuando los objetos están expuestos a una luz fuerte y neta, o cuando el tema en sí exige cierta cualidad de rigidez, de cosa dura y quebradiza, deberéis pensar vuestro cuadro teniendo en cuenta esas circunstancias. Por lo general esa dureza se presenta en temas de buen contraste, empleando muchos claros y oscuros.

Tenemos aquí una trigueña con un vestido a franjas blancas y negras. El traje es vistoso, y las franjas le dan atractivo. Me resultaría imposible pintar este cuadro envolviéndolo en un halo de misterio y bruma. Lo que hay que hacer entonces es poner el cabello negro contra un fondo prácticamente blanco, y dar al fondo y a todo el vestido esa cualidad de "quebradizo" de que hemos hablado antes. Como el diseño del vestido es de por sí bastante complicado, el resto del cuadro deberá tener una gran sencillez para equilibrar. En consecuencia, nos cuidamos muy bien de rellenar lo que queda del cuadro con un diseño excesivo.

Casi todos los bordes están definidos, aunque si el vestido fuera de un solo tono, el contorno resultaría demasiado duro. Pero las franjas quiebran el área limitada por los contornos, alejando la atención de ellos, en vez de atraerla. Este cuadro fué muy repintado sobre la pintura ya seca —procedimiento que es todo lo contrario del aproche blando—, obteniéndose así esa sensación de duro y quebradizo que tratamos de evitar en el caso anterior.

La mayoría de los artistas jóvenes tienen tendencia hacia la dureza, de manera que este procedimiento no necesita demasiadas explicaciones. Todo lo que podéis hacer con este aproche es pintar vuestro cuadro hasta los bordes y deteneros ahí. . . que es lo que la mayoría de vosotros hacéis ya, sin que yo os lo diga. Este procedimiento, sin embargo, no carece de valor y encanto cuando se lo emplea para un tema adecuado.

La luz y la sombra parecen realmente quebradas bajo un sol brillante, y no hay motivo para no pintarlas de ese modo. Hay muchos temas que parecen exigir cierta rigidez de tratamiento. Ensayad, por lo tanto. El efecto máximo de resquebrajamiento se obtiene pintando la luz sobre un tono oscuro ya seco. A veces una tela vieja se presta admirablemente a este tipo de aproche. También podéis manchar una tela nueva con un tono y trementina, y dejarla secar. La acuarela opaca da excelentes resultados. Hay un pintor muy conocido que trabaja con acuarela opaca sobre chapas de fibra común, dejando todos los tonos blancos para el final.

El pastel da también esa sensación de resquebrajamiento, cuando se pinta sobre papeles coloreados y se tiene cuidado de no borrar. Puede hacerse de manera muy hermosa y con un efecto encantador. Cuanto más se borra al pintar al pastel, mayor blandura se obtiene, de manera que es un médium que se presta a ambas técnicas. Sin embargo, siendo un médium granulado y yesoso, su más grande atractivo consiste en ir depositándolo a medida que se pinta, sin borrarlo. El pastel puede suavizarse, si así se desea, hasta el extremo de perder totalmente sus características y llegar a ser un médium prácticamente inidentificable después de su reproducción. Yo creo que todo médium debería conservar parte al menos de sus características, y no parecer otra cosa.

Recordad en todo momento que la dureza es dada principalmente por una luz brillante. Recordad también que la dureza y la blandura combinan magníficamente, y que en realidad es mejor combinar una y otra. Por lo tanto, no os decidáis a pintar de una manera totalmente rígida y dura, porque así no haréis otra cosa que volver a vuestros comienzos.

Observad que este cuadro no carece por completo de blandura. Necesita esos pocos bordes blandos para establecer la dureza por contraste.



EL TRATAMIENTO "EN BLOQUE" Y OTROS

Si bien creo que el método de aplicar el pigmento debe ser individual, me parece que no hay mal alguno en llamar la atención sobre varios tratamientos que podemos incluir bajo la denominación de procedimientos generales, y que producen una diversidad de efectos. A veces el mismo tema parece exigir un manejo determinado en consonancia con él. Casi todos los artistas, en algún período de su carrera, parecen experimentar una tendencia a pintar las cosas demasiado redondas y pulidas, con el fin de dar a su trabajo la vitalidad que desean. Uno de los mejores métodos para dar forma y estructura firmes a formas ya suaves o pulidas es el tratamiento "en bloque".

Esto se logra, principalmente, transformando los contornos y formas monótonamente curvos en una serie de líneas rectas, y pintando planos más chatos y lisos. Aunque parezca extraño, la forma conserva su delicadeza, pero parece dotada de mayor masa y solidez. Se adjudica a cada plano un valor que se extiende hasta el máximo posible, antes de pasar al otro plano. Debe cuidarse de no suavizar demasiado las intersecciones de los planos. El comienzo de la sombra puede mantenerse con bastante claridad como un tono con un borde de valor ligeramente superior al medio tono. Los contornos pueden ser acentuados mediante pequeños fragmentos de rectas. Los valores en sí conservan su verdadera relación, sin ser indebidamente "forzados". Creo que el estudio de la figura que damos en la página siguiente aclarará el significado de todo esto.

El tratamiento "en bloques" se aplica especialmente a la pintura de cabezas, sobre todo cuando la estructura ósea no es excesiva. El resultado es de una extremada suavidad. Es prácticamente la única manera de añadir vitalidad a un tema débil. Se aplica muy bien a drapeados, rocas, nubes y prácticamente a todas las formas; contribuye a eliminar el aspecto fotográfico de la pintura. Vale la pena experimentarlo.

Hay, además, otros tratamientos. Uno consiste en el empleo de pequeñas pinceladas que cruzan diagonalmente a la forma, realzando su apariencia y solidez estructural. Este tratamiento añade suavidad a la pintura, mientras que pintar siguiendo la forma la define más ásperamente, dándole un contorno duro, puesto que el pincel va siguiendo dicho contorno. Puede aceptarse como axioma que, si deseáis que la forma sea dura y definida, debéis pintar siguiendo el contorno, y si queréis que tenga mayor suavidad debéis pintar en sentido oblicuo con respecto al contorno.

Los pintores de pincelada grande o ancha por lo general pintan la forma hacia arriba y hacia abajo. Ejemplo de ello son Sargent, Zorn y Sorolla. Entre los que pintan en sentido oblicuo con pequeñas pinceladas, sin pérdida de vitalidad, mencionaremos a Ettore Tito, Ghilde Hassam, Daniel Garber, Edmund Tarbell, Zuloaga y muchos otros. Esta forma de pintar cuenta con la ventaja adicional de poder usar mucho color en la misma área, y a veces lleva al "color quebrado", que empezó con los impresionistas franceses.

Otro de los procedimientos existentes, conocido con el nombre de "glacis", se ejecuta principalmente con el costado del pincel, y no con la punta, obteniéndose así resultados de gran suavidad y belleza. Este método deja en la pintura muy pocas huellas de las cerdas rectas del pincel. Por último, también se puede pintar con la espátula, procedimiento éste que es quizá el más libre de todos y que puede combinarse con el uso del pincel, o bien adoptarse como aproche completo.

Tanto en estas páginas como en otras del libro, he dado diversos ejemplos de estos procedimientos, y creo que vosotros podréis identificarlos fácilmente. En mi opinión, vale la pena experimentar con cada uno de estos métodos, y puedo aseguraros que cada uno de ellos cuenta con decididos cultores entre los buenos artistas. Las técnicas que he mencionado se aplican a todos los mediums tonales. Resulta sumamente interesante elegir un tema cualquiera y pintarlo siguiendo los diversos procedimientos, o bien tomar una fotografía e interpretarla según esos métodos. De ese modo la fotografía trabajará para vosotros, y no vosotros para la fotografía.

EL TRATAMIENTO "EN BLOQUE"





ARRIBA, LA DIRECCION DE LAS PINCELADAS ES "CON" O "HACIA ABAJO" DE LA FORMA. ABAJO, LAS PINCELADAS ESTAN "CONTRA" O "A TRAVES" DE LA FORMA. OS SUGIERO QUE EXPERIMENTEIS CON AMBOS PROCEDIMIENTOS.

GLASEADO



LOS MEDIOS TONALES

Cualquier medium que produzca una escala de valores entre el blanco y el negro puede ser considerado como un medium tonal. Para su reproducción estos mediums requieren un proceso de filtro o medio tono. Cuando se dibuja con fines de reproducción en papel barato o en periódicos es necesario establecer un buen contraste. Para papeles de mejor calidad puede obtenerse una gradación más sutil mediante un filtro más fino. De manera que si usáis en vuestro cuadro tonos grises, os resultará más caro que reproducir los llamados grabados lineales. Son una excepción a esta regla los filtros Ben Day o Craftint, o una superficie granulada como la del papel de marquilla, que realmente da una serie de finos puntos negros que es posible reproducir mediante el procedimiento de grabado lineal.

Hay un procedimiento de media tinta que omite el filtrado total, de manera que los blancos salen puros. Pero esto pertenece al tipo de media tinta.

Ejecutaré una serie de temas, con el fin de identificar el medium solamente. Os sugiero que hagáis la prueba. No lograréis hacerlo en un día. Todo medium, aunque encuadre dentro del aproche básico del Principio de la Forma, tiene sus características peculiares. Lo primero que deberéis hacer en realidad para llegar a dominar un medium es colocar correctamente vuestros planos y valores. Después aprended a hacer un borde duro o blando. Aprended a lograr una suave gradación de tono cuando lo deseáis, o por el contrario un efecto de bloque, duro y escultural. Aprended a colocar acentos de luz y sombra. Esto es todo lo que podéis hacer con cualquier medium, pero no es tan fácil como suena. En mi opinión la gouache y la acuarela son los mediums más difíciles, pero dos de los más hermosos cuando se los maneja bien. Es extraño que la mayoría de los artistas empiecen a trabajar en acuarela. Creo que el crayón, la carbonilla, el lápiz de carbón, el pincel seco y otros mediums similares os ofrecen una oportunidad mucho más sencilla de expresaros en tono. La transición a otros mediums os resultará después mucho más fácil. Pero, en cuestión de mediums, haréis lo que en definitiva os parezca mejor: todos ellos os pertenecen, con todos podéis experimentar hasta encontraros.

No creo en la conveniencia de que elijáis un solo medium y os limitéis a trabajar con él por el resto de vuestra carrera. La pericia en el manejo de un medium contribuye al dominio de los demás. Creo que el lápiz, más que nada, es lo que me ha ayudado a pintar. Ciertamente os resultará mucho más fácil hacer un buen dibujo a pluma, si podéis expresar correctamente la luz y la sombra simples en otros mediums. Todos los mediums tonales del tipo apropiado para el dibujo ayudan a los mediums que se consideran como aptos para pintar. Haceos a la idea de que todo es uno, y de que con práctica y experiencia podréis expresar lo que deseéis empleando cualquier medium. Así es como debe ser. De esta manera ampliaréis vuestro panorama del esfuerzo pictórico, y no sólo progresaréis sostenidamente sino que encontraréis ilimitado placer en vuestro trabajo.

Semejante versatilidad no es ni con mucho tan sorprendente como a primera vista pudiera parecer, descontando que se conozcan los elementos esenciales del arte pictórico. Es verdaderamente emocionante trasladar un tema de un medium a otro. Muy a menudo el trabajo preliminar puede realizarse en un medium —siempre que el artista domine los conocimientos esenciales de su arte—, y después ser traspuesto a otro sin esfuerzo consciente.

No hay ningún mal en estudiar el trabajo de otros artistas en los diversos mediums, ni siquiera en copiarlo —sólo como práctica, naturalmente— si creéis que de ese modo podéis aprender algo. Pero cualquier cosa que hagáis tomándola directamente de la vida os pertenecerá a vosotros solos, y creo que en definitiva ése es el mejor plan. De ese modo desarrollaréis desde el comienzo vuestro propio aproche, que quizá llegue a ser muy característico y original.

Procuraos algunos mediums tonales y empezad a hacer algo propio con ellos, lo mejor que podáis. La técnica se encarga de sí misma. Vuestro caso no será una excepción.

LA CARBONILLA COMO MEDIUM TONAL

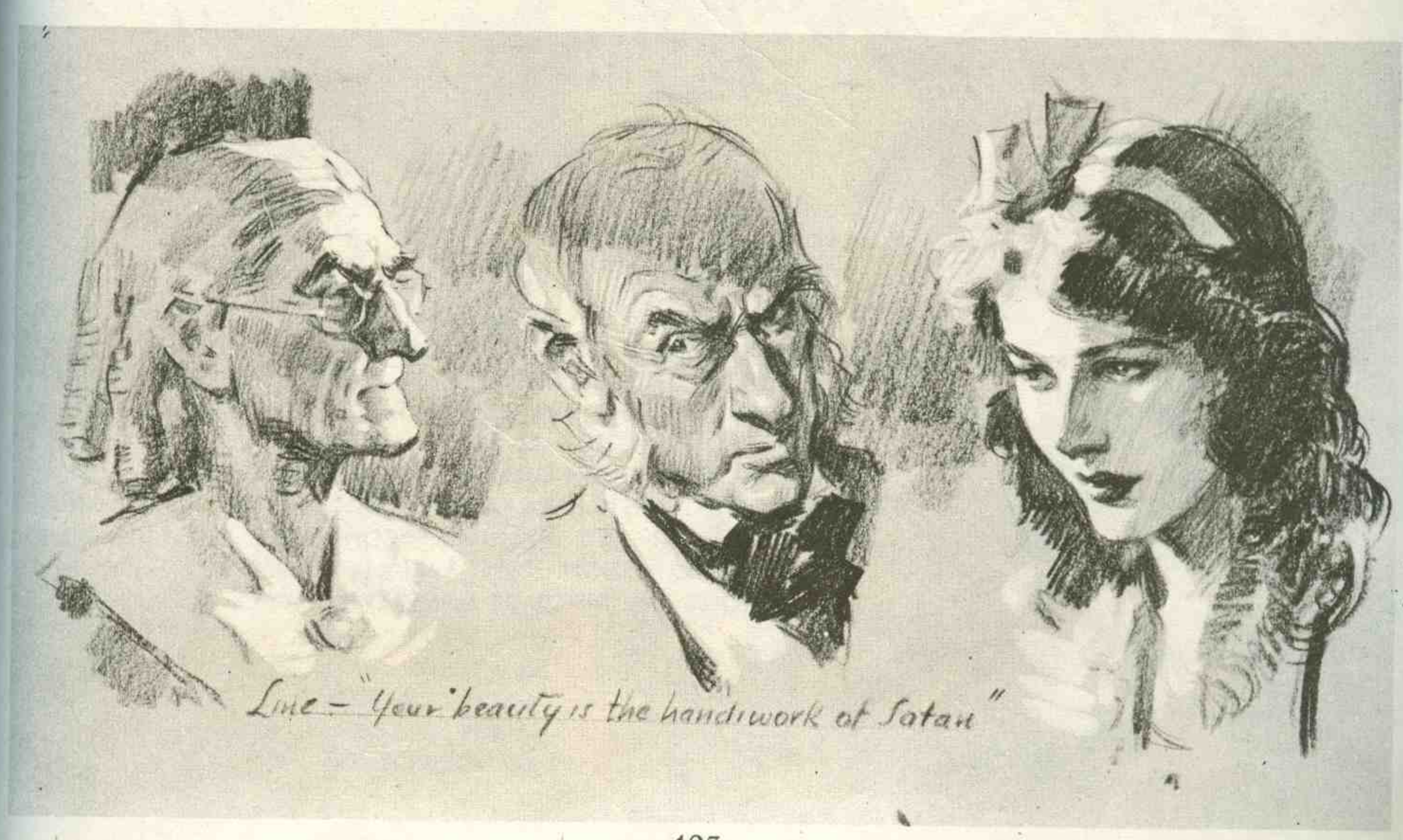


DIBUJADO CON CARBONILLA RUSA SOBRE STRATHMORE BRISTOL. COLOCAD UN TONO CLARO SOBRE TODA EL AREA, FROTADA CON UN TRAPO. COLOCAD MASAS DE GRISES Y OSCUROS. ELEGID LAS LUCES CON UN BORRADOR DE MIGA DE PAN. LA CARBONILLA ES UN MEDIUM TANTO LINEAL COMO TONAL. ES MUY EFICAZ CUANDO SE COMBINAN AMBAS CUALIDADES. SI EL DIBUJO SE FROTA DEMASIADO ADQUIERE UN ASPECTO FOTOGRAFICO QUE DEBE SER EVITADO. HACED UN "DIBUJO TONAL".

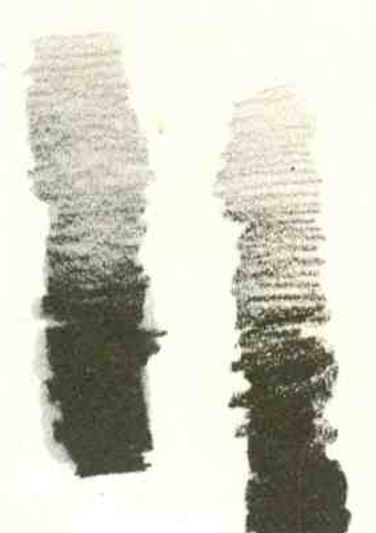


EL PLANTEO DE LOS PROBLEMAS TONALES EN UN ESTUDIO PRELIMINAR CON CARBONILLA PUEDE RESULTAR EN UNA PINTURA FINAL MAS DIRECTA Y ESPONTANEA. "VALE LA PENA PLANEARLO".

ESTA COMBINACION ES RAPIDA Y EFICAZ PARA PLANEAR CROQUIS, BOCETOS Y COMPOSICIONES.
ABAJO: CARACTERIZACIONES EN LAPIZ PARA EL BOCETO DE ARRIBA.



LAPIZ CARBON COMO MEDIUM TONAL (BRISTOL SUAVE)

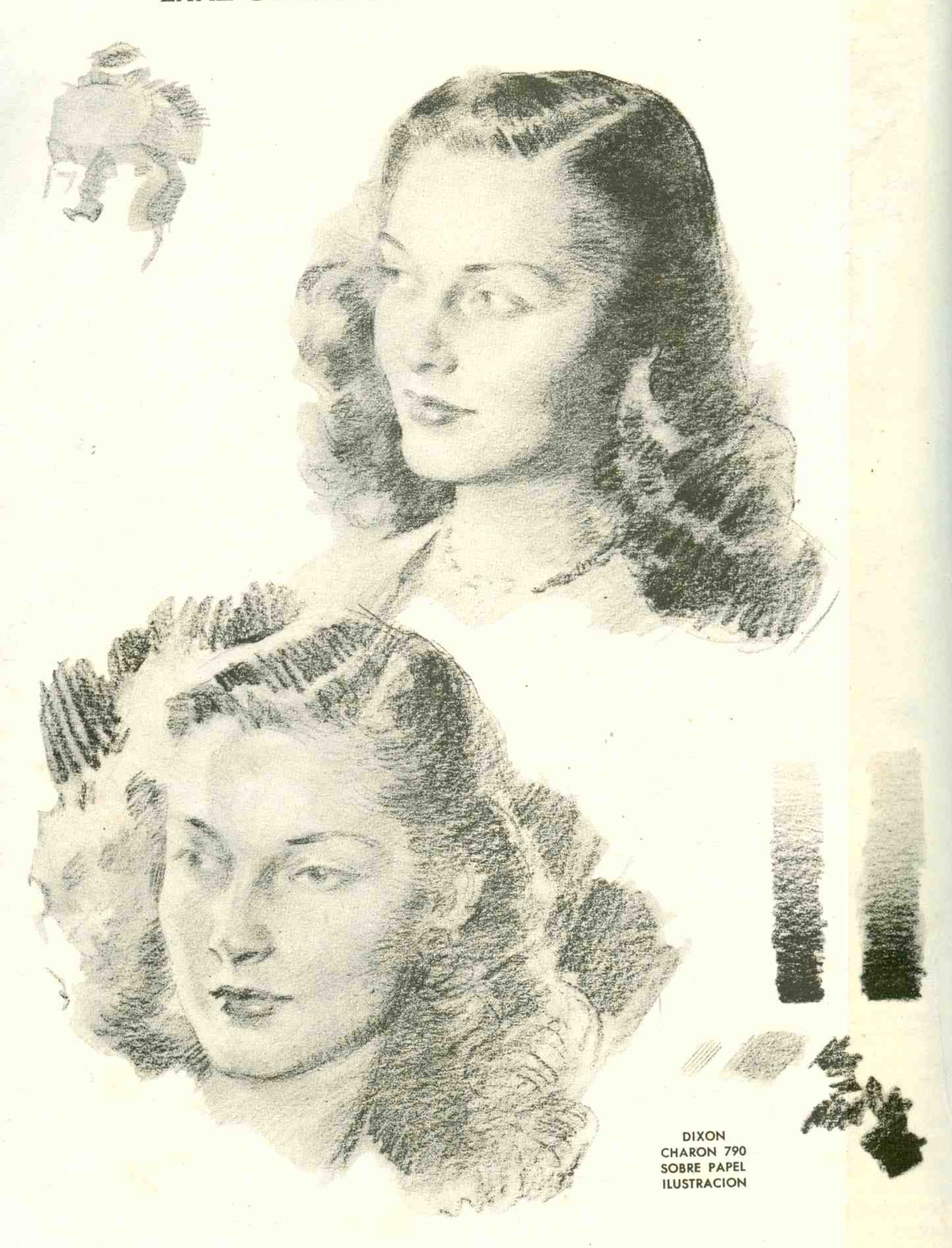


EL LAPIZ CARBON ES UN MEDIUM RAPIDO Y MUY AGRADABLE. CUANDO SE LO FROTA, TOMA ASPECTO DE LAVADO. PUEDE USARSE CON DIVERSIDAD DE EFECTOS SOBRE PAPEL LISO O GRANULADO. ESTE DIBUJO FUE HECHO SOBRE STRATHMORE BRISTOL LISO CON UN LAPIZ "CHARON" 790. EXISTEN TAMBIEN LOS FAMOSOS LAPICES DE CARBON "WOLFF". EL LAPIZ CARBON DA UNA GRAN AMPLITUD DE VALORES CON BUENOS NEGROS Y SIN BRILLO, POR LO QUE RESULTA EXCELENTE PARA LA REPRODUCCION. NO DEJEIS DE EXPERIMENTAR CON ESTE MEDIUM. ENCONTRAREIS VUESTRO PROPIO MODO DE EXPRESION. PERO TRABAJAD DIRECTA Y LIBREMENTE. NO ES TAN DIFICIL DE MANEJAR COMO LA GOUACHE.



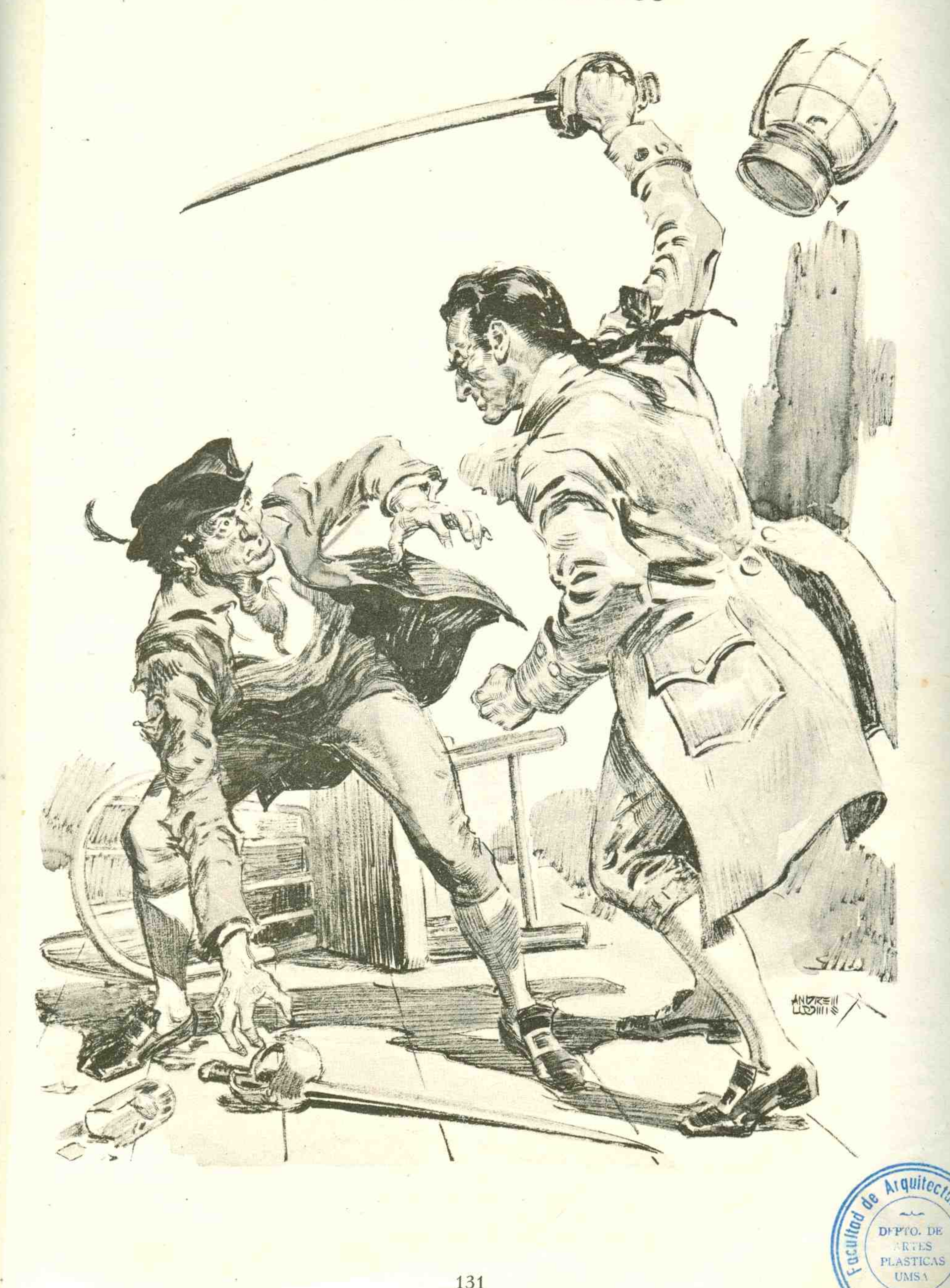
EN EL "BOCETO TONAL" BUSCAD DIRECTAMENTE LOS PLANOS MAS SIMPLES DE LUZ, MEDIO TONO Y SOMBRA. CONSIDERAD VUESTROS CONTORNOS COMO ACENTOS A LO LARGO DE "LA ULTIMA VUELTA DE LA FORMA". SUGERID EL CONTORNO, ANTES QUE RODEAR LA FORMA CON UNA LINEA ININTERRUMPIDA.

LAPIZ CARBON SOBRE PAPEL ILUSTRACION



BUSCAD LA FORMA, SIN MARCAR DEMASIADO LOS DETALLES. ES MEJOR PRESCINDIR DE ELLOS.

GOUACHE CON PINCEL SECO



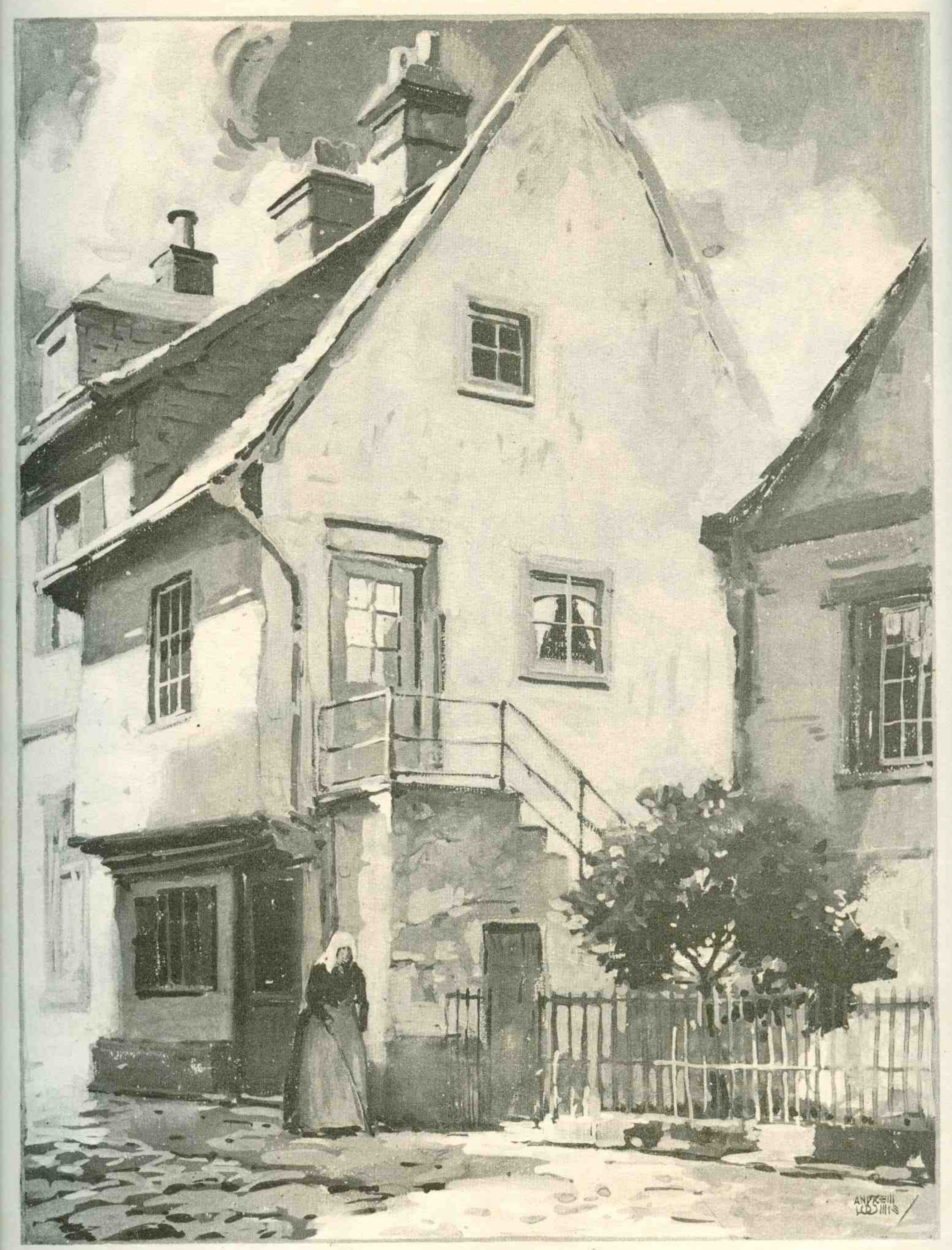


LA GOUACHE ES UNO DE LOS MEJORES MEDIUMS PARA REPRODUCCION



DIBUJO A LA GOUACHE

EL DIBUJO A LA GOUACHE ES EL MEDIUM MAS DIRECTO Y ESPONTANEO DE TODOS. ES, POR CONSIGUIENTE, EL MAS DIFICIL HASTA QUE DESARROLLEIS UN PLAN DE TRABAJO PARA EL MEDIUM. SE BASA EN EL MISMO "PRINCIPIO DE LA FORMA" QUE TODOS LOS OTROS MEDIUMS: EL TONO, EL PLANO Y EL BORDE. ARRIBA INDICAMOS COMO PRODUCIR CADA UNO DE LOS DIVERSOS EFECTOS. SI ESTUDIAIS LOS DIBUJOS, VEREIS QUE ESOS EFECTOS ESTAN APLICADOS. ESTUDIAD VUESTRO TEMA CUIDADOSAMENTE. DONDE EL MODELADO O EL BORDE ES SUAVE, TRABAJAD SOBRE UNA SUPERFICIE HUMEDA. CUANDO ES DURO (COMO EN EL CUBO DE MAS ARRIBA) TRABAJAD SOBRE UNA SUPERFICIE SECA. "UNA PINCELADA SOBRE HUMEDO ES SUAVE, UNA PINCELADA SOBRE SECO ES DURA". ES POSIBLE EJECUTAR ALGUNOS CAMBIOS BORRANDO CON ESPONJA O FROTANDO CON UN CEPILLO Y BORRANDO DESPUES. "UN LAVADO POR CADA PLANO" ES UN BUEN PROCEDIMIENTO. NO PUNTEEIS. LA GOUACHE DEBE SER LO MAS LIBRE, AMPLIA Y DIRECTA POSIBLE.



GLACIS DE PINTURA AL OLEO FINA EN BLANCO Y NEGRO



HOWARD PYLE

Afortunadamente estoy en condiciones de daros, con sus propias palabras, tal como fué dada a sus alumnos, la teoría general del aproche empleada por Howard Pyle. Ha sido pasada de mano en mano entre los artistas de una a otra generación. Debo admitir francamente que ha pasado a través de demasiadas manos, de manera que no hay nada que pruebe su absoluta autenticidad, pero en su esencia está tal cual el mismo Pyle la escribió. La copia que yo poseo me fué entregada hace unos veinte años, no recuerdo ahora por quién. Puesto que Pyle ha sido considerado como el "Padre de la Ilustración Americana" y ya que la daba libremente, me parece apropiado que quede registrada aquí con carácter permanente, en bien del oficio. Quizá queden pocas copias en la actualidad, si es que queda alguna. De sus alumnos muy pocos viven. A menos que ellos también transmitieran su mensaje, éste se perdería para siempre. Me considero afortunado al poder transmitiros sus palabras, y os aseguro que no es menor vuestra fortuna al poseerlas.

Instrucción elemental. Color y forma

Luz. — Todos los objetos de la naturaleza son visibles merced a la luz que brilla sobre ellos. Gracias a ella vemos los colores y texturas de los diversos objetos de la naturaleza.

De ello debe deducirse que el color y la textura son propiedades relativas a la luz y no a la sombra. Porque la sombra es oscuridad y en la oscuridad no hay ni forma ni color.

De ahí que la forma y el color pertenezcan manifiestamente a la luz.

Sombra. — Así como el objeto iluminado por el sol es más o menos opaco, de la misma manera cuando la luz del sol es oscurecida por ese objeto, la sombra resultante es más o menos negra y opaca, puesto que está iluminada tan sólo por la luz reflejada a su interior por los objetos circundantes.

En virtud de la sombra todos los objetos de la naturaleza asumen forma o contornos, porque si no hubiera sombras todo sería un chato resplandor de luz, color y tejidos... Pero cuando la sombra aparece, el objeto toma forma y contorno.

Si los bordes de un objeto son redondeados, los bordes de la sombra se suavizan; si los bordes de un objeto son pronunciados, la sombra es parejamente bien definida. De manera que mediante la blandura o dureza de la sombra se manifiesta la redondez o dureza del objeto sólido.

De esto se sigue que el fin de la sombra es producir forma y contorno, y que por sí no posee la capacidad de dar sensación de color o tejido.

He tratado de enunciar estos dos hechos porque constituyen el fundamento de todo arte pictórico, porque en la correspondiente separación mímica de luz y oscuridad se hace manifiesta la imagen mímica de la naturaleza. De manera que la función de toda instrucción artística debería ser enseñar al alumno a analizar y separar los claros de los oscuros, no técnicamente sino mentalmente. Lo que en mayor grado necesita un alumno en sus comienzos es, no un sistema de reglas y métodos arbitrarios para imitar la forma de un objeto, sino que se le inculque el hábito de analizar luces y sombras y de representarlas adecuadamente.

Medios tonos

1. Los medios tonos que dan una impresión de tejido y color deben ser relegados al dominio de la luz, y debe hacérselos más brillantes de lo que en apariencia son.

2. Los medios tonos que dan una impresión de forma deben ser relegados al dominio de la sombra, y deberán ser mucho más oscuros de lo que son en apariencia.

Este es el secreto de la simplicidad en el arte. La ecuación podría ser representada de esta manera:

Luz (i. e. tejido, calidad, color)		Sombra (i. e. forma y solidez)	
Tono vivo	Tinte	Medio tono	Reflexión
1	2	3	2
Medio tono 3		Sombra 1	

Este es, como he dicho, el fundamento del arte técnico. Y hasta que el alumno no sea capaz de separar mentalmente esas dos cuali-

dades de luz y sombra, no deberá hacérsele avanzar más allá de la instrucción elemental, por muy adelantado y "habilidoso" que parezca su trabajo. Y durante todo este proceso de instrucción deberá animársele constantemente con la seguridad de que lo que está haciendo no es simple tráfago sino el proceso necesario y único por el cual podrá llegar a expresar las hermosas ideas que duermen en su imaginación.

Séame dado decir a este respecto que los alumnos que acuden a mí están siempre tan confundidos acerca de estas dos cualidades de luz y sombra, y que su hábito de exagerar los medios tonos está por lo general tan afirmado, que a veces lleva varios años el enseñarles análisis y simplificación; no obstante, sin esa facultad de análisis y simplificación es, como digo, imposible producir una obra de arte verdaderamente perfecta. Porque esa separación es fundamental en las leyes de la naturaleza, y hasta que no se convierta en un hábito mental no será posible producir una obra de arte espontánea.

Os sugiero que leáis y releáis esto muchas veces y que le déis vuestra propia interpretación. Si bien con el tiempo estos conceptos se aclaran a la perfección, yo he descubierto por experiencia que lleva un período considerable registrarlos en la mente como parte de nuestra práctica. Que esto no es desusado, lo confirma la misma aseveración de Pyle en el sentido de que "a menudo se tarda varios años" antes de comprenderlo plenamente.

Teniendo en cuenta la profundidad de esta teoría y la poca experiencia de la mayoría de los estudiantes, me tomaré la libertad de ampliar la explicación de la misma con las debidas excusas y dejando constancia de que tal interpretación puede ser defectuosa por falta de comprensión de mi parte.

COMENTARIOS SOBRE LA TEORIA DEL APROCHE DE HOWARD PYLE

Howard Pyle está muerto, pero dejó este tesoro tras de sí. Es quizá el más grande legado, aparte de la riqueza encerrada en sus cuadros, que se pudo hacer a nuestro oficio. Es una parte de su gran espíritu, que tan profunda influencia ha ejercido sobre la ilustración americana. Si bien puede parecer a los jóvenes artistas de hoy en día que la ilustración ha tomado caminos diferentes, debemos comprender que la diferencia no reside en el cambio de ninguna de las ideas fundamentales que él nos dejó. Las cosas que él observó y nos transmitió son sin disputa verdades básicas, y es indudable que sólo con ellas es posible hacer buenos cuadros. El tiempo no puede borrar esas verdades básicas, como no puede borrar las leyes de la naturaleza, porque unas y otras son una misma cosa. Si hay alguna diferencia aparente entre su trabajo y la tendencia actual, ella reside en cambios de concepto o presentación más que en cambios de conocimientos de trabajo. En nuestros días una cabeza colocada contra un fondo blanco o mate puede pasar como una ilustración, pero es simplemente un atajo hacia la eficacia, en donde faltan prácticamente el infinito cuidado, la grandeza de concepción y ejecución característicos del esfuerzo de Pyle.

No quedan muchas posibilidades para expresarse plenamente cuando las más relevantes cualidades de la composición, tono, diseño, luz, color y textura, son eliminadas del campo de la ilustración. Sin esas cualidades me resulta imposible creer que la ilustración pueda alcanzar una gran expansión, progreso o mejoramiento. Los ilustradores que posean la habilidad de expresar la verdad en hermosos términos de tono, color y diseño serán siempre los buscados y se destacarán decididamente entre los letárgicos copistas de fotografías o los simples imitadores del trabajo de su vecino. Nuestro interés en Howard Pyle ha sido despertado no sólo por su nombre o grandeza personal, sino también por las grandes cosas que representó. Debe admitirse honestamente que no hay en la actualidad quien le iguale en cuanto a habilidad como dibujante, aguda percepción en los retratos de carácter, sentido de lo dramático, interpretación de estados de ánimo, y habilidad para colocar a sus figuras en un marco expresivo y convincente. No se puede prescindir de ninguna de estas cualidades sin detrimento del arte, así como para fabricar, por ejemplo, una pieza metálica, no se puede prescindir de los elementos básicos con que se desea construirla.

La falta de espacio, la premura del tiempo, la necesidad de encontrar lo sorprendente, lo distinto, los efectos que causen sensación, han ejercido su influencia. La introducción de la cámara fotográfica, realista por excelencia, y la sensibilidad cada vez más aguda de las películas que da a la cámara un radio de acción más amplio, también han tenido su efecto. Pero no por eso nuestro trabajo es mejor que el de Pyle, ni siquiera tan bueno como el suyo. Tales cambios no han debilitado la validez de sus principios ni su valor para el artista. En realidad las buenas ilustraciones de hoy en día no son otra cosa que sus principios que van de un lado a otro vestidos con ropas nuevas.

La mente de Howard Pyle era tan analítica, tan bien dotada para apreciar fácilmente la verdad, que su teoría, tal como él la expresó, probablemente le parecía del todo evidente. Sin embargo, en la mayoría de los casos es difícil comprender en la práctica su amplitud, y aun ver con una comprensión semejante a la suya. Confieso que he leído su teoría unas cien veces quizá, en diversos períodos de práctica personal, y que cada vez he creído encontrar una nueva chispa de significado surgida de la aplicación de esa teoría. Quizá vosotros la captaréis en su totalidad con mayor rapidez que yo. Para los que no puedan hacerlo ofrezco aquí mi guía en lo que respecta a sus plenos propósitos y a su significado. Mi interpretación está por supuesto sujeta a discusión, y si os parece incorrecta os aconsejo interpretarla a vuestro modo. Puede ocurrir también que me preguntéis si verdaderamente necesita interpretación. Pero habiendo trabajado con estudiantes, conozco el peligro que representa el suponer que hechos que parecen evidentes al instructor experimentado sean igualmente obvios para el estudiante. Puede ocurrir que éste crea comprender, y que su trabajo demuestre lo contrario. Una verdad empieza a comprenderse cuando se la empieza a aplicar, y no cuando se la oye. Y su aplicación, al implicar el descubrimiento personal de sus méritos, amplía su significado.

Su tratado comienza con la afirmación de que todas las cosas son visibles en virtud de la luz del sol que brilla sobre ellas. Esto no debe tomarse en un sentido literal, porque aun un día nublado está iluminado por el sol que atraviesa las nubes, pero el efecto es totalmente distinto del producido por la plena y brillante luz solar. Y puesto que ésta es una diferente calidad de luz, el tratamiento de luz y sombra será

equivalentemente característico. Debemos analizar estas afirmaciones de Pyle. Nuevamente él supone que somos lo bastante inteligentes como para razonar que cualquier luz, ya proceda del sol, de una vela o una lamparilla eléctrica, produce el modelado de la forma. Al expresarse de esa manera, enuncia una gran verdad en términos muy generales, y debemos asignar a la luz sus diversas cualidades sin buscar excepciones mediante la interpretación literal de sus palabras.

En el párrafo siguiente afirma que el color y la textura no entran en el dominio de la sombra. Tomado demasiado literalmente, eso significaría que todas las sombras están desprovistas de color y tejido. En ese caso todas las sombras serían un gris neutro, o bien negras y perfectamente planas. Para probar que no da a sus palabras un sentido literal, habla de luz refleja y admite que la luz tiene la propiedad del color y el tejido. En consecuencia la luz refleja puede proyectar el color y el tejido al interior de la sombra. Lo que en mi opinión quiere que comprendamos claramente es que el color y el tejido alcanzan su máxima brillantez *dentro* de la *luz*, y que esas cualidades deben ser reducidas o subordinadas en la sombra, puesto que la función principal de ésta no es transmitir la sensación de color o textura, sino principalmente definir la forma. En consecuencia mi afirmación —que discutiremos más adelante— de que la intensidad del color se encuentra reducida dentro de la sombra, está apoyada por la propia teoría de Howard Pyle que debería ser convincente para el lector. El color local, con intensidad reducida, está evidentemente dentro de la sombra. Un vestido rojo es rojo tanto a la luz como a la sombra, pero debe admitirse que a la luz es de un rojo más brillante. También que el color de la sombra puede ser influido por el color de la luz refleja, como por ejemplo el azul del cielo. Howard Pyle no pone esto en duda en su propia obra y nos aconseja hacer un análisis similar.

Puesto que las cualidades visuales del color y textura de la superficie están sujetas a las cualidades naturales y de color de las diversas clases de luz, se sigue que tanto la luz como la sombra dependen de la luz y la luz refleja, además de la influencia del color de esa luz sobre el color local. La luz amarilla o anaranjada del crepúsculo dará al mismo paisaje un aspecto muy distinto en cuanto a color que la luz del mediodía o la de un día gris. Todas las cosas colocadas dentro de esa luz participarán del color de ella, que se sumará a su color local. La tierra que en un día nublado sería de un gris neutro bajo esa luz se vuelve de un color rojo anaranjado. Las colinas y el follaje, que antes aparecían de un color azul verde contra la sombra azul, se tornan dorados y envueltos en una profunda sombra violeta. En mi opinión Pyle quería que analizáramos nuestro tema en busca de estas verdades y que nos sujetáramos a ellas. Estoy seguro de que él nos animaría a mostrar toda la pureza de color que hay dentro de la luz que le corresponde. Estoy igualmente convencido que nos habría instado a concebir la sombra tal como aparece ante nosotros, y en conformidad con el color tal como nosotros lo vemos. Nada puede entorpecer nuestros esfuerzos en medida tan grande como la falta de visión junto con la ciega adhesión a las fórmulas. Yo diría a cualquier estudiante: Si no puedes ver lo que está prescripto en una fórmula, o no estás preparado para ella, la fórmula, en cuanto a ti concierne, carece de valor. Porque lo primero que debe tomarse en cuenta para determinar tu lugar en el arte es tu visión e interpretación. Lo que hagas en tus comienzos nada dice en favor ni en contra de los principios que sostengas. Esa determinación correrá por cuenta de tu ulterior desarrollo y percepción. Es conveniente prestar cuidadosa atención a toda enseñanza y juzgarla imparcialmente. Y es conveniente también que des a tu visión todas las oportunidades posibles, y comprendas que los problemas no se resuelven apenas planteados. No puedes condenar la instrucción sin poseer elementos de juicio.

Pyle nos dice que los medios tonos pertenecientes a la luz deberían ser pintados más claros de lo que parecen, mientras que los pertenecientes a la sombra deberían ser pintados más oscuros. Esto es perfectamente cierto. Si reconocemos lo limitado de la escala de valores que tenemos a nuestra disposición en comparación con la escala de la luz verdadera, veremos que no es posible enunciar toda la gama que en la naturaleza va de la luz a la oscuridad. Para lograr el efecto pictórico es necesario, dentro de lo que sea posible, mantener la total masa o contraste de luz contra sombra, y mantenerlas en una simple relación de masa. De otra manera pueden perderse irremisiblemente en nuestra corta escala de valores. Si falta el contraste, el cuadro puede fácilmente hacerse "lavado"; o empastado, si la luz y la sombra tienen

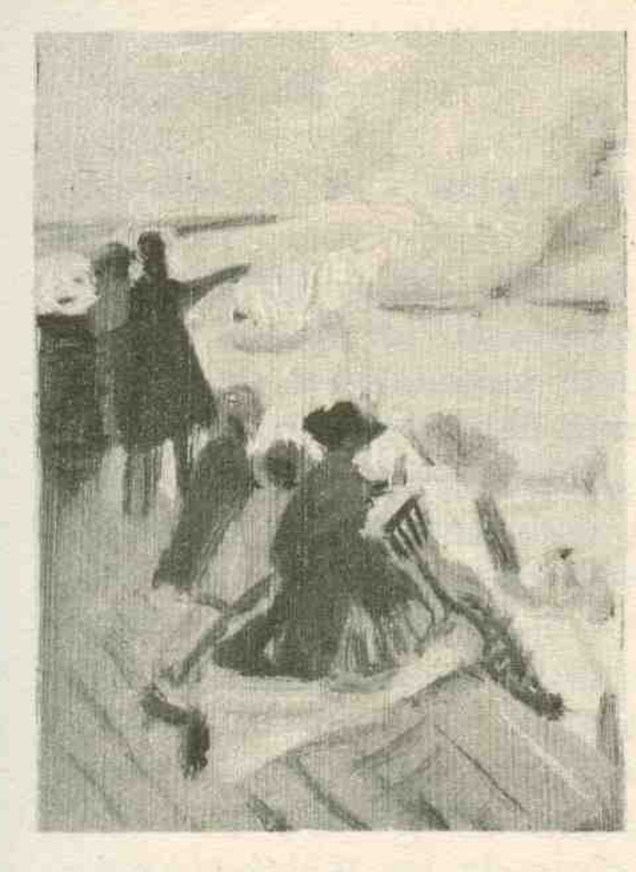
valores demasiado próximos. Pyle afirma que no podemos pintar cuadros de aspecto veraz si desatendemos esta verdad natural. La experiencia nos convence de que tiene razón. Si no creéis en esto, haced la prueba por vosotros mismos. La relación de conjunto entre luz y sombra es mucho más verdadera e importante que el aspecto particular de un valor que, si está dado demasiado escrupulosamente, puede robarnos la sensación de luz.

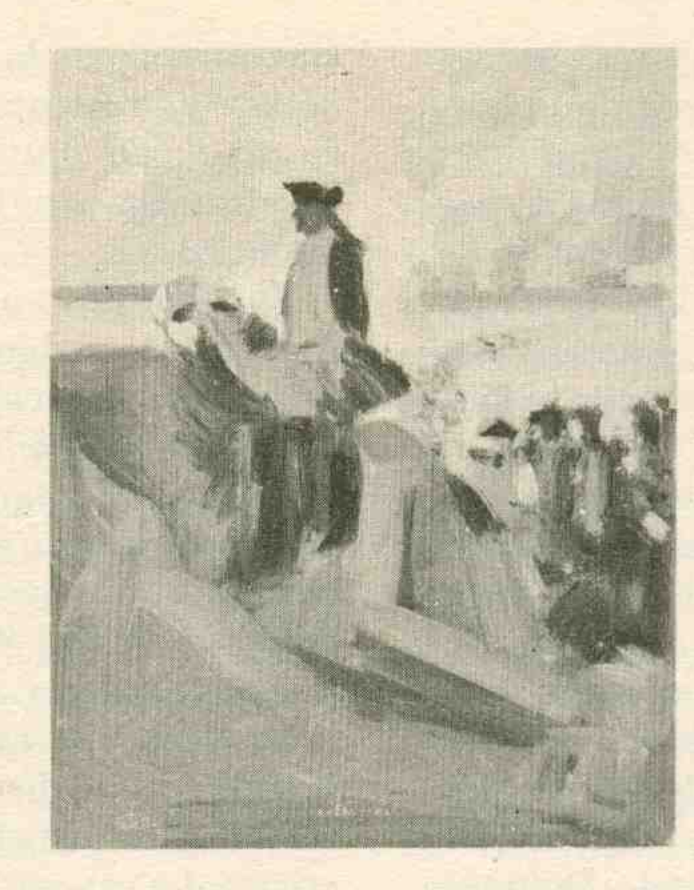
Suponed que comparamos un negativo y su correspondiente positivo con poca exposición y un negativo y positivo con buena exposición. En el primer caso las luces no son todo lo brillantes ni las sombras todo lo oscuras que deberían ser dentro de la escala del blanco al negro; el efecto es opaco y sin vida. Le falta, en consecuencia, adecuado contraste de luz y sombra.

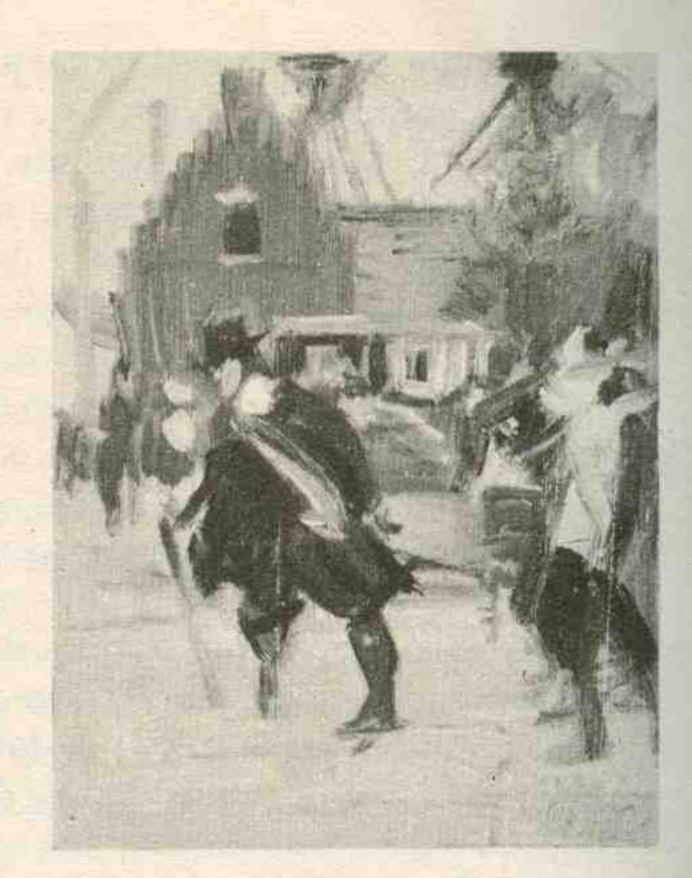
Sólo en uno de los puntos mencionados por Pyle no he podido nunca manifestarme totalmente de acuerdo. Es cuando afirma que las sombras son más o menos opacas, al no estar expuestas a una luz total y ser iluminadas solamente por la luz refleja. Yo creo que el principio opuesto es el verdadero. Las luces son opacas y las sombras transparentes. Yo sostengo que cualquier objeto colocado *dentro* de la luz detiene la luz y la refleja. La luz sólo es transparente cuando puede penetrar un material, tal como agua u otro líquido, cristal u otro material transparente. En los objetos opacos no podemos ver más allá de la luz; nuestra visión se detiene en la superficie iluminada y permanece allí. De las sombras puede decirse lo contrario. Nuestra visión penetra realmente en su interior. En realidad la sombra está delante del plano, puesto que ha sido proyectada por los contornos de la forma o por algún efecto de luz. De cualquier manera que lo consideréis, lo uno constituye el equilibrio perfecto de lo otro. Pero aunque las sombras dan la ilusión de misterio y oscuridad, y de indeterminación de las superficies y formas sumergidas en ellas, son las *únicas* áreas transparentes dentro de un tema. ¡Cómo desearía, Howard Pyle, que pudieras hablarnos de esto! No puedo creer que con la gran maestría con que manejabas en tus propias obras la transparencia de la sombra, quisieras que interpretáramos tus palabras "más o menos opacas" como indicación de que se puede omitir totalmente la transparencia. Tú no dices "opacas", así que por lo menos dejas la puerta abierta, lo que es por sí característico de tu grandeza.

Las oportunidades de estudiar el trabajo de Howard Pyle se hacen cada vez más escasas, ya que día a día va haciéndose más difícil encontrarlo. La mayoría de las obras originales han sido adquiridas por particulares, y aun sus reproducciones han sido compradas para archivos privados. Quizá mis lectores no gocen el privilegio de estar familiarizados con ellas. No creo que fuera posible obtener originales o grabados para incluirlos aquí, y en consecuencia os ofrezco una página de esquemas tonales que os darán una idea de la excelencia de sus composiciones tonales. Quizá con ellos baste. Pido disculpas por copiar su trabajo, aunque sea toscamente.

BOCETOS TONALES DE ALGUNOS DE LOS CUADROS DE PYLE

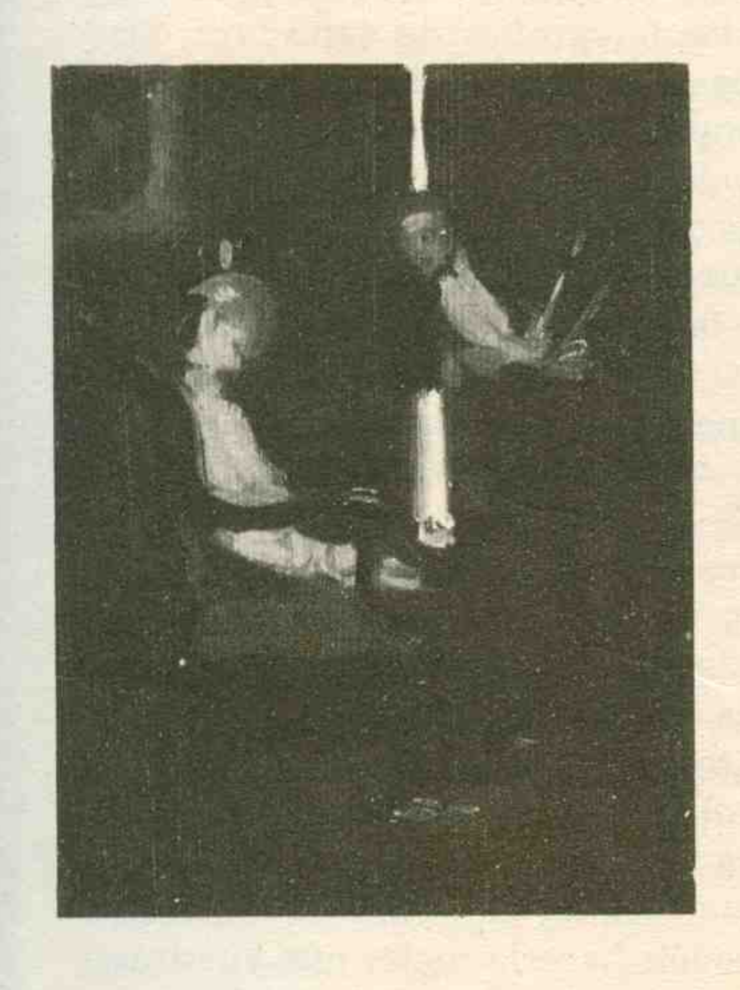




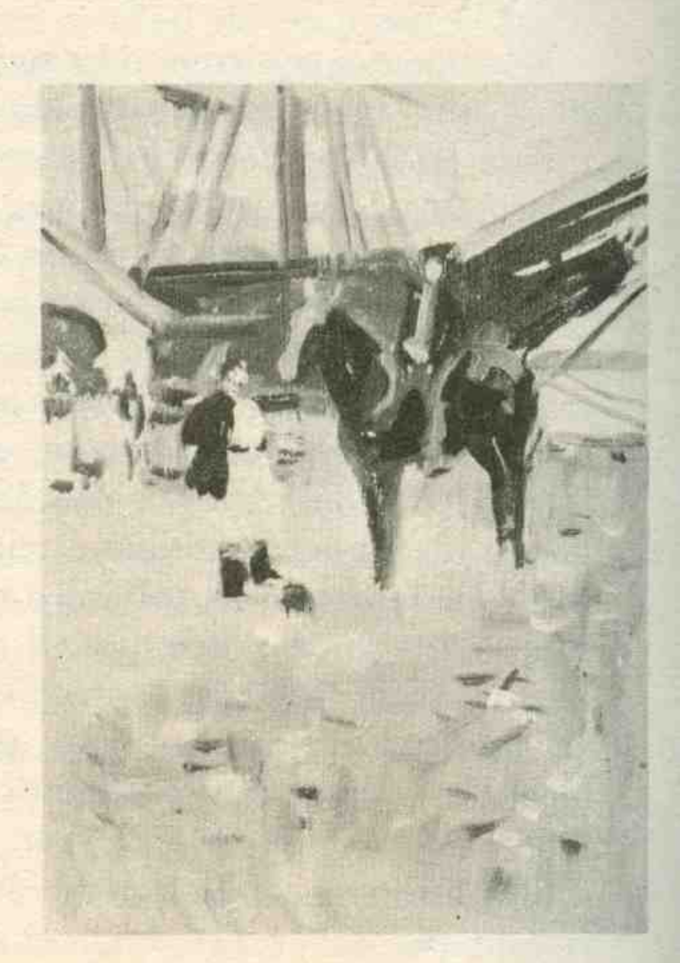












Antes de abandonar el tema del tono y entrar en los dominios del color, hay cosas de importancia que debemos considerar. Si pensáis en la escala de valores del blanco al negro, y después tratáis de pensar en un color graduado de la misma manera, desde lo más claro hasta un oscuro casi equivalente al negro, comprenderéis qué es lo que dentro del campo del color recibe la denominación de "valor", o "valor tonal", como se le llama a veces. Más adelante trataré de demostraros exactamente cómo puede obtenerse semejante escala en cada color. Por ahora básteme con decir que se trata de algo más que de tomar un color y aclararlo con blanco. El color empieza en la mitad de la escala de valores, con la mayor intensidad, se diluye a medida que se aclara, o se mezcla con un "entonador" para relacionarlo con un plan total. Después, para oscurecerlo, empezamos nuevamente en la mitad de la escala, y le agregamos negro, su complemento, o alguna mezcla adicional, para rebajar su valor. Por esto no es tan fácil obtener un buen color como un buen blanco y negro. Si fuera cierto que un vestido azul pálido estuviese dado simplemente por el azul y el blanco mezclados en la luz, y la sombra estuviera dada por el azul oscuro puro, el color sería fácil. Pero descubriremos que esto no es cierto: el vestido azul pálido es también un vestido azul pálido dentro de su sombra; el valor ha sido rebajado por algún medio que no debe destruir la "identidad" del color original, ni dar la sensación de que el vestido estuviera pintado con dos tonos de azul.

No podemos ceñirnos al Principio de la Forma hasta que no somos capaces de expresar verazmente en color, como lo hacemos en blanco y negro, los tonos de la forma. La carne, por ejemplo, es la misma tanto en la sombra como en la luz. De manera que no podemos pintarla rosada cuando le da la luz y anaranjada cuando está en sombra. Si las sombras están iluminadas con una luz cálida, el caso es otro, porque entonces todas las sombras estarán iluminadas de la misma manera en todo el cuadro. Las sombras pueden ser más cálidas o más frías que la luz, según las condiciones en que trabajemos. Lo que trato de demostrar es que no podemos en manera alguna encerrar el color en una fórmula y decir que es siempre de tal o cual modo. Todo tema a pintar en colores impone un conjunto de condiciones de luz, color y color reflejo que deben aceptarse si se quiere que el resultado sea bueno. En los exteriores el color es diferente a causa de las diferentes influencias, tales como la del cielo y la del sol, que son ambos una fuente de color y afectan al tema de un modo muy diferente del modo en que lo afectaría, en un interior, una luz fría o artificial.

El color, en consecuencia, no es algo que sin más ni más podamos aclarar con blanco, como puede hacerse cuando pintamos en blanco y negro. Si no podemos hacer un buen estudio en blanco y negro, bueno desde el punto de vista de los valores, nada nos permite suponer que podremos hacerlo mejor en color. La falta de comprensión de esto es justamente lo que puebla nuestras revistas de ilustraciones en color baratas y chillonas. No puede echársele la culpa al grabador; debe inculparse directamente a los artistas, verdaderos culpables del error. La mayor parte de los malos efectos proceden de la "invención" del color cuando el artista no tiene la menor idea acerca de las verdades fundamentales del color.

El Principio de la Forma está basado en los valores, y nada significa sin ellos, ni siquiera en color. Cuando se copia en color una fotografía en blanco y negro, los valores fundamentales de la fotografía deben de alguna manera ser transportados al color. No quiero decir con esto que la cámara capte con absoluta fidelidad los valores, ni que debamos pintar de negro nuestras sombras porque así aparecen en la fotografía. Por el contrario, podemos hacer algo para corregir la oscuridad desprovista de relieve de estas sombras, volcando sobre ellas luz refleja o "luces de relleno" para mitigar su uniforme negrura. En las fotografías de exteriores, los valores son bastante aproximados a lo que deben ser, siempre que, naturalmente, la exposición y el revelado sean apropiados. Si tenéis una teoría preconcebida según la cual la piel expuesta a la luz es tal o cual cosa, y las sombras son otra mezcla cualquiera, olvidadla en seguida. Con casi todas las paletas puede pintarse la piel, de manera que los valores sean correctos y el color esté de acuerdo con los elementos circundantes.

La mejor manera de aprender el correcto empleo de los valores y el color es trabajar basándose en la vida real. Si estáis pintando un tema de la vida real en blanco y negro, naturalmente tendréis que tomar las cosas que están ante vosotros con sus colores naturales y transponerlas a valores de blanco y negro. Mediante la concentración y el estudio descubriréis que vosotros podéis hacerlo mejor que vuestras películas y vuestro papel sensitivo. Buscad

siempre el objeto más iluminado en la luz y comparadlo con el objeto más oscuro que esté también dentro de la luz, no en la sombra. Después buscad el objeto más iluminado en la sombra y comparadlo con el oscuro más oscuro de la misma sombra. De esta manera concebiréis dos grupos de valores, los que están en la luz, en oposición a los que están en la sombra. No deben superponerse, para no mezclarse y desaparecer sin llegar a ser ni lo uno ni lo otro. Las luces deben mantenerse juntas como un solo grupo, mientras que el grupo de las sombras debe ser escalonado lo suficiente como para que también ellas conserven su unidad.

Toda parte de la forma debería instantáneamente identificarse como perteneciente a un grupo o al otro. Considerad siempre a vuestros medios tonos como parte de la luz. Me refiero a los planos entre la luz más brillante y el borde de la sombra. Si dejáis que esos medios tonos se oscurezcan demasiado, no podréis mantener toda la luz del cuadro formando una unidad en oposición con el efecto total de la sombra. Lo mismo puede decirse de la sombra. Si dejáis que las luces reflejas dentro de la sombra se hagan demasiado claras, vuestro cuadro se transforma nuevamente en un batiburrillo, pierde unidad y brillantez, porque el efecto de conjunto de la sombra debe ser más bajo, o más oscuro, que el efecto de conjunto de la luz. Notad que no digo que un valor de la sombra no pueda ser más claro en valor que otro valor de la luz. La carne, por ejemplo, puede ser más clara en la sombra (aunque no mucho) que un traje oscuro en la luz. Pero ese mismo traje oscuro colocado contra la carne dentro de la sombra sería prácticamente negro. *La relación entre los objetos, ya estén en la luz o en la sombra, es siempre la misma. Esa relación debe ser mantenida bajo todas las circunstancias.*

Para aclarar estos conceptos supongamos que ponéis sobre un cartón un cuadrado blanco de papel. Junto a él ponéis un cuadrado gris, dos tonos más oscuro, y luego un tercer cuadrado dos tonos más oscuro que el segundo. Ahora bien, podéis poner el cartón bajo cualquier luz, o colocarlo en la sombra, pero no podéis alterar la relación básica existente entre los tres cuadrados. Esto es lo que quiero decir cuando hablo de la relación entre los objetos. Suponed ahora que los tres cuadrados fueran tres cubos ligados por la misma relación de valor existente entre los tres cuadrados de papel. En este caso tendríais que hablar de esta relación en términos de luz, medio tono y sombra, puesto que estáis operando con sólidos. Entre las caras iluminadas de los tres cubos seguiría existiendo la diferencia de dos tonos, las caras en medio tono conservarían también esa diferencia de dos tonos del primero al segundo y dos tonos del segundo al tercero, y la misma relación conservarían también las caras en sombra. Tal relación encuadraría dentro de una de las intensidades de luz descritas previamente.

El mayor obstáculo con que choca la ejecución de un buen trabajo es la falta de consistencia en esas relaciones. Si trabajáis tomando como base la observación de la vida real iréis comprendiendo gradualmente las verdades relativas a los valores. En las fotografías, sin embargo, y especialmente en aquellas en las que hay media docena de fuentes de luz, puede observarse una penosa confusión a este respecto. Si empleáramos más de una fuente de luz, nuestros cubos serían cualquier cosa en materia de valores y todas las relaciones se hallarían trastrocadas. Es lo que puede ocurrir con las cabezas, ropajes y demás elementos de nuestros cuadros.

Podéis estar seguros de que la relación de valores será más correcta empleando una fuente natural de luz. Podéis estar seguros de que si pintáis la relación natural de valores existente entre los objetos, vuestro cuadro será mejor.

De manera que, antes de dejar los estudios en blanco y negro (nunca los dejaréis, en realidad), tratad de comprender que la forma no es otra cosa que verdad de tonos. El buen colorido es también verdad de tono antes que brillantez de pigmento. Hay tantas maneras de disimular fallas en el trabajo con color que a menudo dichas fallas no son aparentes. Preparad una naturaleza muerta, haced un pequeño estudio en blanco y negro. Después tratad de realizarla en color. Esto os servirá, mejor que todo lo que yo pueda deciros, para comprender de qué estoy hablando. Vosotros podéis creer que vuestro color es bueno, y que también lo son vuestras relaciones de valor, pero cuando realmente comencéis a ver estas cosas tal como están en la naturaleza encontraréis muchos errores en vuestro trabajo. A todos nos ocurre lo mismo. Los valores correctos dan a un cuadro "calidad de existencia".

Yo he tratado de abarcar la mayoría de los mediums tonales, y los diversos efectos que pueden obtenerse con cada uno. Sin embargo estoy limitado en este respecto a mi propio aproche, como vosotros lo estaréis al vuestro. Si realmente os esforzáis por trabajar con tantos

mediums como os sea posible, descubriréis que lo que hagáis con uno de ellos os ayudará realmente con los demás. Eventualmente podréis ejecutar un mismo tema en cualquier medium, siempre que pongáis en cada caso la comprensión que tengáis de los valores, el dibujo y otras cualidades. Vuestro trabajo adquirirá una personalidad propia, que será evidente en cualquier medium que empleéis.

Hay un buen mercado para dibujantes a pluma capaces, y estoy completamente seguro de que este medium está resurgiendo poderosamente. Los buenos trabajos en carbón o lápiz carbón no alcanzan a cubrir la mitad de las demandas. Hay pocos ilustradores realmente buenos en trabajos a la *gouache* en blanco y negro. El óleo en blanco y negro resulta siempre práctico y eficaz. Quizá vosotros podáis elaborar una combinación de mediums que produzca un efecto nuevo y desusado. El pincel seco es uno de los mediums del futuro para periódicos y revistas.

Hay un punto sobre el cual desearía insistir continuamente: no existe ningún método específico de realizar una ilustración. Quizá alguna vez un director artístico os muestre el trabajo de otro hombre y os diga: "Esto es lo que yo quería." Después que las cosas están terminadas y aprobadas, es muy fácil decir: "Hágalo así." Pero si *vosotros* realizáis el dibujo elegido, al que venga después de vosotros se le dirá que lo haga como vosotros lo habéis hecho. Repito: no hay mejor manera de trabajar que la *vuestra*, es decir, la manera en que *vosotros* podéis hacerlo mejor, poniendo en ella vuestro buen gusto y habilidad personales.

Para la preparación de muestras no toméis como base los cuadros de otros artistas. No hay nada de malo en trabajar con cualquier fotografía para realizar vuestras muestras, siempre que no vendáis estas últimas. Las revistas están llenas de material que puede ser utilizado de esta manera. Pero yo os aconsejo que saquéis vuestras propias fotografías, o uséis vuestro propia modelo, y elaboréis vuestras muestras sobre esa base. Si observáis la naturaleza, ciertamente podréis llamar cosa vuestra a todo lo que hagáis. Esta es sin duda la mejor regla de conducta.

Unas pocas buenas muestras causarán mejor impresión que muchas mediocres. Tratad de que no haya demasiado parecido entre dos o más de vuestras muestras. Dos o tres diversos tipos de cabezas son suficientes, demuestran lo que podéis hacer. Los temas con bebés y niños constituyen siempre buenas muestras.

A la mayoría de los directores artísticos les cuesta sus dolores de cabeza encontrar artistas que puedan realizarlos bien.

No hagáis muestras de gran tamaño, ni las llevéis en grandes paquetes, difíciles de abrir, que hagan perder tiempo al director artístico. Llevadlas en una carpeta que pueda abrirse fácilmente, y no envueltas en varios metros de crujiente papel madera que tapen la mesa del director. Eso es irritante. Si lleváis telas, ponedlas prolijamente dentro de marcos livianos. Lo mejor es un trozo de cartón acanalado atado en torno a ellas.

En cuanto a los temas, tratad intensamente de imaginaros qué es lo que probablemente interesará en mayor medida a vuestro presunto cliente. Los trabajos escolares, y especialmente los dibujos del natural, a menos que estén adaptados a sus necesidades corrientes, no le interesarán. No llevéis tampoco como muestras dibujos a lápiz realizados cuidadosamente y con excesivo detalle. En general los dibujos a lápiz, a menos que sean prácticos para reproducción (es decir que tengan buenos negros, no demasiado brillantes) son malos. Sin embargo, los dibujos a lápiz presentados como trabajos de proyecto o de composición, o aun como bocetos o esquemas, son excelentes. Pero si queréis impresionarlo usad un lápiz negro grueso y grande. El trabajo deberá dar la sensación de haber sido ejecutado rápidamente y con facilidad.

Si empleáis un medium que se corre, no os olvidéis de fijarlo, o de cubrirlo con una hoja de papel de seda. Montad sobre una cartulina vuestras muestras y procurad que éstas sean lo más limpias y prolijas posible. Escribid vuestro nombre y dirección al dorso de cada muestra, de manera que si un director artístico desea aceptar vuestros servicios no tenga dificultad en encontraros, y en caso contrario de devolveros el trabajo. He visto a un hombre perder un pedido simplemente porque el director olvidó quién era y en consecuencia no pudo llamarlo. No esperéis que él recuerde vuestros nombres; está demasiado ocupado con otras cosas.

Los buenos dibujos de muchachas tienen el mejor mercado. Los temas de carácter también son buenos. Si os gusta trabajar con temas cuadrados o composicionales, incluid algunos como muestra. Si os parece que no los realizáis bien, limitaos a las cabezas, figuras y viñetas. Si os interesa la naturaleza muerta, dibujad algunos alimentos, o algo empaquetado, algo que parezca buena propaganda, y no simplemente un

jarrón de flores, o frutas, o unos pocos libros junto a un par de anteojos.

Un buen procedimiento consiste en elegir un producto verdadero del cual se está realizando propaganda y ejecutar vuestra propia versión publicitaria del tema. Podéis bosquejar el aviso utilizando el nombre verdadero del producto. Para un jefe de publicidad esto es indicio de un espíritu práctico.

Más adelante nos ocuparemos de la preparación de trabajos para los diversos campos de ilustración. Os sugiero que acabéis de leer el libro antes de comenzar a trabajar, si es que ya no lo estáis haciendo.

Siempre he creído que mientras estéis en una fase del trabajo comercial, debéis prepararos para la siguiente. Quizá ya estéis empleados. Pero sea cual fuere vuestra ocupación, no os olvidéis de seguir dibujando muestras cada vez mejores. Os serán de mucha utilidad, y quizá sirvan para elevaros dentro de la misma casa en que estáis trabajando, una vez que vuestro patrón sepa qué es lo que podéis hacer además de vuestro trabajo regular. Si queréis ser ilustradores, podéis ocuparos de ello durante todo el tiempo que os quede libre, yendo a una escuela, experimentando con los diversos mediums y, en suma, practicando todo lo que podáis. Si cuando la oportunidad se presenta contáis con buenas muestras, vuestro ascenso será rápido. Si no os habéis tomado ese trabajo adicional, nadie pensará que sois capaces de hacer algo mejor de lo que estáis haciendo.

Muchos hombres hay que permanecen en empleos mediocres porque en realidad han hecho poco o nada para conseguir otros mejores. Vuestras muestras son vuestros vendedores. Si os rechazan en un lugar, volved a él nuevamente seis meses después con algunas muestras nuevas.

Si al presentar vuestras muestras descubrís que la reacción favorable que causan es escasa en los primeros lugares que visitáis, lo mejor será desprenderos de ellas y hacer otras nuevas. En casi todos los lugares el buen trabajo es apreciado y el malo rechazado. No insistáis con trabajos que hayan sido considerados francamente malos por varios compradores representativos. La principal condición para colocarse es la capacidad de adaptación. Suponiendo que tengáis habilidad, se trata de orientar esa habilidad hacia un fin. Esto será verdadero en relación con todo lo que vendáis. Estoy seguro de que la mayoría de los jóvenes artistas podrían ser mucho mejores vendedores si realmente se ocuparan de ello. Si vosotros quisierais vender un traje a un hombre no se lo llevaríais dentro de una heladera. Sin embargo he visto a artistas jóvenes y ambiciosos llevar "un metro de flores", o temas igualmente inapropiados a los más importantes directores de publicidad. Hay también mercado para calendarios, dibujos de modas, letreros, ilustraciones dramáticas, hermosas muchachas, productos alimenticios y naturalezas muertas, niños, y prácticamente todo lo que queráis hacer. Pero llevad cada cosa a donde corresponda. Una muestra puede ser buena o mala según a dónde se lleve. Pero una muestra mala no será buena en sitio alguno.

Tratad de que vuestros trabajos no sean demasiado pequeños. La muestra debe ser tan llamativa por su tamaño como lo permita el fácil manejo de la misma. Las cabezas pequeñas tienen poco atractivo. Vuestra muestra deberá ser de una y media a dos veces más grande que la reproducción final, y más grande aún si se trata de una pintura. No presentéis dibujos de gran formato ni del tamaño de tarjetas postales. Trabajad con buenos materiales, cartón bristol o ilustración de buena calidad, nunca con papel muy fino y arrugable, salvo en el caso de bocetos o esquemas. Estos son mejores en un buen papel bond, de manera que no se transparenten.

A veces los jóvenes artistas suelen preguntar si los nombres con que firman sus trabajos influyen en el éxito inicial. En la mayoría de los casos un artista no necesita preocuparse por su apellido. Pero si usted tiene uno muy difícil de recordar, si se llama Adolphus Hockenspieler, por ejemplo, adopte otro más simple, que sea más fácil para todos. Quizá una parte del mismo, por ejemplo "Dolph Hocker". Por esta razón muchos artistas usan un solo nombre, que es por lo general su apellido.

Lo que debéis recordar es en resumen lo siguiente: Haced todo lo que esté a vuestro alcance con el fin de simplificar las cosas para el gerente de publicidad cuando vayáis a verlo; pensad en la elección del tema, en vuestro trabajo, vuestra actitud, vuestra entrevista, y aun, si fuere necesario, en vuestro nombre. Por sobre todas las cosas, "no converséis" vuestro trabajo o vuestra habilidad. Acerca de esto él mismo decidirá. Vosotros no vendéis vuestros méritos, ellos se venden solos.

Ocupémonos ahora del color.



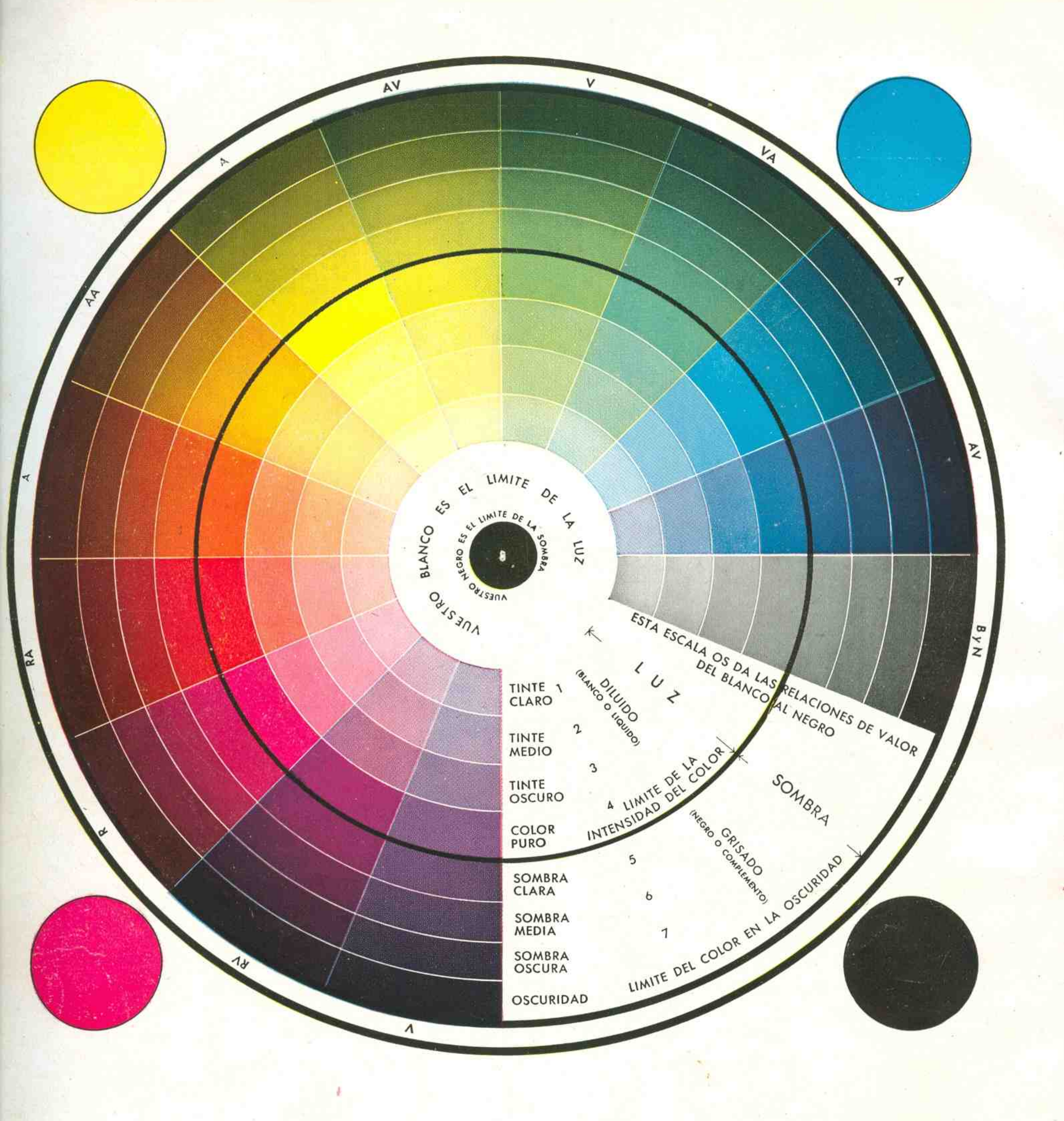
TERCERA PARTE



UN NUEVO APROCHE

por ANDREW LOOMIS

CONSIDEREMOS, DE UNA VEZ POR TODAS, AL COLOR COMO PERTENECIENTE TAMBIEN AL GRAN PLAN DE LA NATURALEZA SEGUN EL CUAL TODAS LAS COSAS DEBEN EXISTIR DENTRO Y SER PARTE DE LA ATMOSFERA Y LA LUZ.



EL ESPECTRO, EN SU RELACION CON LA LUZ Y LA SOMBRA

BASADO EN EL PROCESO STANDARD DE IMPRESION A CUATRO COLORES

Esto os da los colores con los valores que van desde lo más claro hasta la sombra más oscura, en una luz neutra y sin otra influencia o color reflejo. Consideradlo como "color local".

COLOR

Al presentar a mis lectores los problemas del color, creo que es necesario un nuevo aproche. Hasta ahora la experiencia me ha enseñado que por lo general se considera al color como algo distinto, algo así como una ciencia especial. En lo que concierne al estudiante, la dificultad de semejante aproche reside en transponer la teoría a la vida diaria, a las cosas que lo rodean, y aplicarla de un modo práctico. Sabemos que todo aproche pictórico está sujeto a las verdades básicas relativas al tono, la luz y la sombra. Si el color también está sujeto a las leyes naturales que rigen al tono, la luz y la sombra, como sin duda ocurre, el aproche pictórico del color que quiera tener un valor efectivo debe incorporar esos principios. En realidad encarar el color sin abarcar su relación, no sólo con la luz y la sombra, sino también con el efecto de la atmósfera y el color reflejo, equivale a dejarnos suspendidos en el aire, porque esas cosas afectan a todo color que pintamos. El color está tan sujeto a las leyes naturales de la luz y la influencia circundante, que no puede considerárselo por separado como cosa concerniente a la ciencia, el temperamento o el gusto individuales. Si queremos que el estudio del color nos preste alguna utilidad, ese estudio debe estar estrechamente relacionado con todos los otros fundamentos del arte. El color forma parte en tan gran medida de los valores tonales y el diseño que prácticamente es inseparable de ellos. De esta manera puede decirse que el color forma parte, decididamente, del Principio de la Forma.

Un mismo color puede ser hermoso para nuestro sentido estético, y resultar horrible una vez colocado dentro de nuestro cuadro. Pictóricamente, un color sólo es hermoso a causa de su relación con otro color, y esa relación debe ser comprendida. De manera que elegir un color de una muestra común de colores tiene poco valor práctico, porque lo más probable es que ese color elegido por sí no guarde relación con los demás y resulte pictóricamente falso.

El color puede ser comprado en muchos matices y tintas, pero la elección de los mismos no tiene mucho valor si no hemos comprendido antes que la base del color reside en los tres primarios: rojo, amarillo y azul. Empezamos con estos tres colores en el estado más puro que sea posible. A ellos agregamos el blanco para aclarar y producir los tintes, y el negro u otra mezcla para oscurecer los colores puros. Intermezclando el rojo, el amarillo y el azul y agregando blanco y negro, es posible producir casi todos los colores imaginables. Básicamente, el rojo, el amarillo y el azul se usan para producir todos los colores que necesitamos, incluso los colores terrosos, el siena tostado, el siena natural y los ocres. Veamos ahora las posibilidades de los tres primarios, sumados al blanco y al negro. Debéis comprender que en la impresión de colores nuestro blanco sustituye al blanco del papel, que el adelgazamiento del punteado en el papel del color básico más fuerte es el único medio con que cuenta el impresor para obtener los tintes claros mediante el procedimiento de los medios tonos. De manera que nuestros tintes pueden no ser reproducidos con absoluta fidelidad, desde que nuestro blanco puede enfriar el color algo más que la mezcla del blanco del papel con el color puro. En el caso de la acuarela, en la que no se usa el blanco, la reproducción será más exacta.

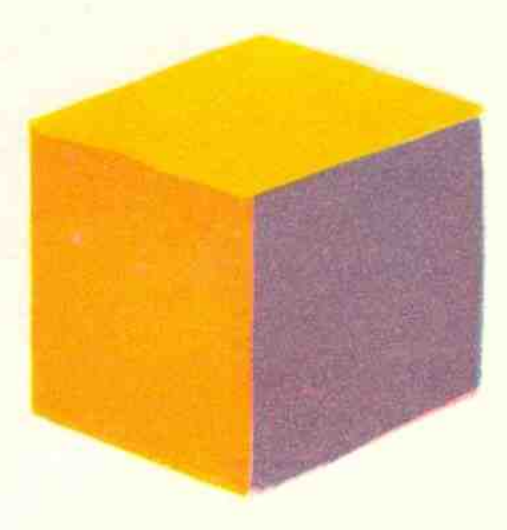
Los tres colores primarios, rojo, amarillo y azul, mezclados de a dos producen los colores secundarios: verde, violeta y anaranjado. Estos, junto con los primarios, constituyen los seis colores principales del espectro. Están dispuestos en secuencia en un círculo. Después mezclando cada uno con su vecino obtenemos seis colores más, llamados colores terciarios. Son éstos el rojo anaranjado, el amarillo anaranjado, el amarillo verde, el azul verde, el azul violeta, y el rojo violeta. Poseemos ahora doce colores de máxima intensidad y brillantez. Agregando el blanco y el negro tendremos nuestra escala completa de colores y valores de los mismos.

Empezando con el color puro podemos agregarle blanco para producir una serie de tintes, que vayan desde la máxima intensidad al tinte más pálido. Por otra parte, empezando también con el color puro y agregándole negro o mezclándolo con el complemento, del cual hablaremos más tarde, podemos llevar el color hasta la oscuridad.

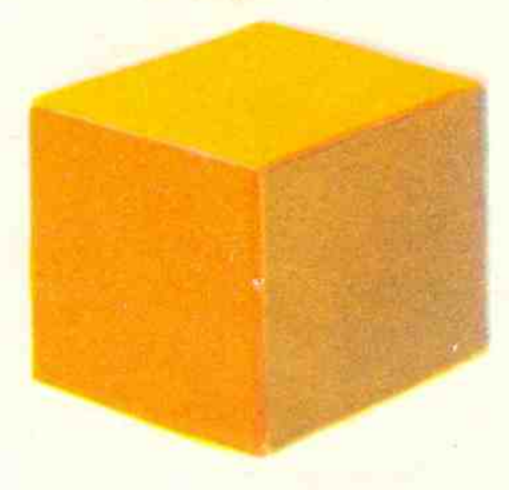
Es aquí donde nuestro aproche se diferenciará del aproche acostumbrado. Nos propondremos llevar gradualmente cualquier color desde el

EL COLOR DEPENDE DE LA INFLUENCIA CIRCUNDANTE

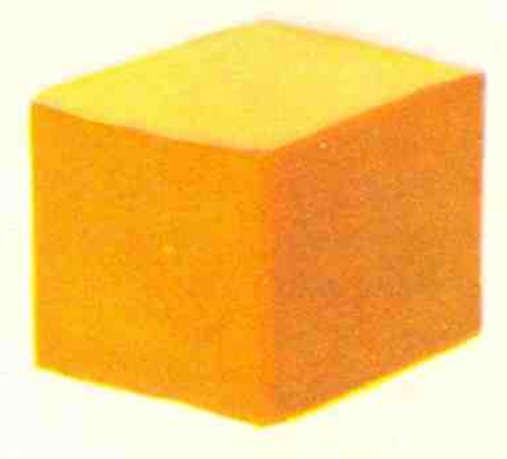
COLOR FALSO



EL COLOR DE LA SOMBRA, EN UNA LUZ NATURAL, NO PUEDE SER UN COLOR QUE NO CONTIENE NADA DEL ORIGINAL. SIN EMBARGO, TODAS LAS SOMBRAS ESTAN SUJETAS A LA INFLUENCIA DE OTROS COLORES QUE PUEDAN REFLEJARSE EN ELLAS MEZCLANDOSE ASI AL COLOR ORIGINAL.



EN ESTE CUBO, POR EJEMPLO, UNA LUZ AZUL REFLEJADA EN LA SOMBRA PRODUCE UN VERDE.



SIN INFLUENCIA DE OTRO COLOR, LA SOMBRA SERIA DEL MISMO COLOR (MAS OSCURO) PERO ESTARIA TAMBIEN REDUCIDA EN INTENSIDAD POR SU COMPLEMENTO O GRIS.

tinte más claro a la oscuridad más completa. Esto es algo verdaderamente necesario para el estudiante, pero que a menudo se ha ignorado. Llegamos así a nuestro primer axioma. *Un color es relativo, en primer término, a la cantidad de luz que brille sobre él, y que le da claridad u oscuridad.* Supongamos, por ejemplo, que tenemos una muchacha vestida de amarillo. Puede estar en una luz brillante o en una luz débil. Puede estar a la luz del sol o en la sombra. En consecuencia, el color que elijamos para pintarla tendrá que salir de una escala de luz a oscuridad, con la debida consideración a toda otra influencia de color. El vestido no es simplemente amarillo, sino que consiste en diversos tonos de amarillo gradualmente escalonados. Si estuviera en la sombra, y la luz azul del cielo fuera la única fuente de luz, no podríamos de ninguna manera pintar el vestido con amarillo puro solamente. De aquí derivamos otro axioma. *El color está sujeto a la influencia del medio circundante.* Suponed que tenemos el color en una luz cálida. Los colores cálidos se hacen más intensos, mientras que los colores fríos tienden a hacerse más neutros. En una luz fría la tendencia se invierte. La naturaleza utiliza sus tres colores primarios para producir el gris. Sin embargo, mediante el mismo proceso son producidos una gran cantidad de otros colores cuando las proporciones son desiguales. Mezclando éstos con el blanco, se producen los colores grisáceos "blandos". En realidad, agregando blanco o negro a estos colores tonales, puede producirse prácticamente cualquier color o tinte imaginable. Lo primero que debemos tener en cuenta al elegir un pigmento es su brillantez y su tendencia a mezclarse con un color cálido o uno frío. Puesto que con ningún color primario puede obtenerse esto a la perfección, empleamos un cálido y un frío de cada uno. Si el color en sí es cálido, como el rojo de cadmio o el bermellón, sabemos que al mezclarlo con el azul no producirá un buen púrpura. Por lo tanto, si lo que necesitamos es un púrpura brillante, deberemos mezclar un rojo frío, como el carmesí de alizarina con un azul frío, como el ultramarino. Pintad siempre vuestros cuadros de la manera más brillante posible, y dejad que el grabador haga con ellos lo mejor que pueda. Si le dais un color mortecino él no podrá mejorarlo.

Todos los colores, tal como los vemos, son colores modificados por las "condiciones del momento". La luz cálida da al color cálido una mayor brillantez, y la resta al color frío. La

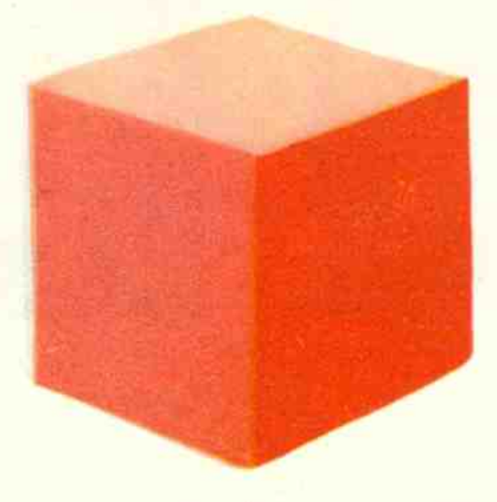
falta de luz, baja la tonalidad, la luz brillante la eleva. El color original de un objeto recibe el nombre de color "local". Sólo pintamos el color local con luz neutra.

Debemos considerar a los colores de nuesro muestrario como colores locales o no influídos. Los colores de sombra son representativos de sombras no influídas, es decir, sombras en las que no se refleja ningún otro color. En una luz neutra proveniente del norte vuestras sombras se aproximarían bastante a las representadas, siempre que no estuvieran afectadas por otras influencias. Este cuadro por lo menos os dará una base práctica para encarar vuestro tema. Si tratáis de pintar en colores a partir de una copia en blanco y negro, os servirá de mucho. Pero en el fondo de vuestra mente conservad la siguiente verdad: *Todos los colores expuestos a la luz se convierten en una fuente de color reflejo, que se refleja sobre la luz menos intensa.* A este principio podemos añadir otro: *Todos los colores en sombra se hacen recipientes de otros colores reflejos y cambian consecuentemente.* Esto quiere decir que debéis tener en cuenta cada plano del área en sombra, y observar si recibe el color reflejado por alguna otra superficie. Esto no sólo da unidad a los elementos de vuestro cuadro, sino que además establece una armonía entre las masas de color. Lo cual nos lleva a otra verdad relativa al color: *Dos colores cualesquiera estarán en armonía cuando uno de ellos —o los dos— contenga algo del otro.* Esta es la razón por la cual se observa en nuestro espectro una armonía total.

La atmósfera ejerce su influencia sobre el color. Cuando más alejados están los colores del primer plano, más se aproximan al color de la atmósfera. En un "día azul", los colores se enfrían, en un día gris se hacen más grises. En un día nebuloso se hacen templados y finalmente se pierden en la atmósfera. El color de un día nublado es muy distinto al de un día de sol. Pero sean cuales fueren las condiciones atmosféricas, la naturaleza presta algo de su atmósfera a todos los colores, y de este modo establece relación entre ellos. Más adelante explicaremos cómo se puede tomar un color o influencia e introducirlo en todos los demás colores.

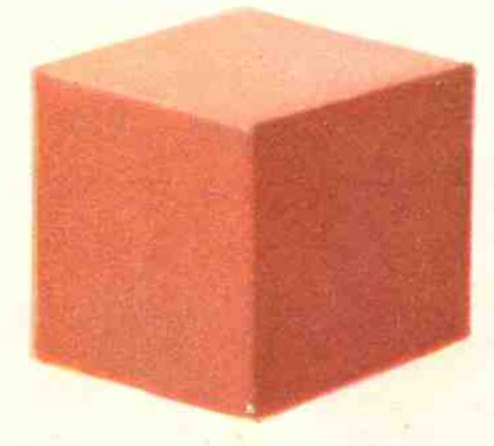
Llegamos así a otra verdad: *El color local no debe perder nunca por completo su identidad en la sombra.* Por ejemplo, un cubo amarillo no puede tener una sombra en la que no haya algo de amarillo. Por otra parte, un cubo

COLOR FALSO



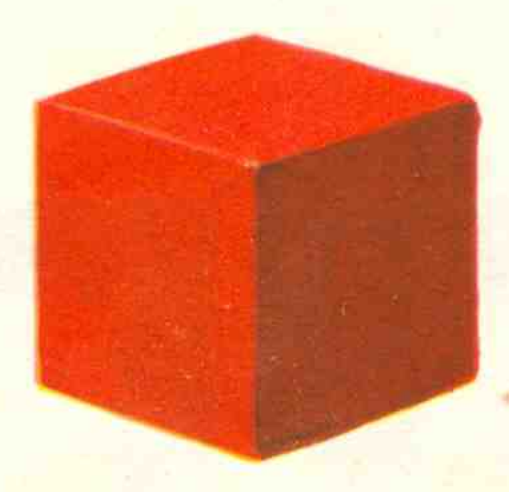
ESTE CUBO NO ES ROSADO NI ROJO

SOLO UN MATERIAL TRANSPARENTE —PLASTICO, VIDRIO, GELATINA, ETC.— PODRIA TENER UN COLOR SEMEJANTE. CONSIDERADO COMO PERTENECIENTE A UNA SUSTANCIA OPACA, EL COLOR ES FALSO.



ESTE ES UN CUBO ROSADO

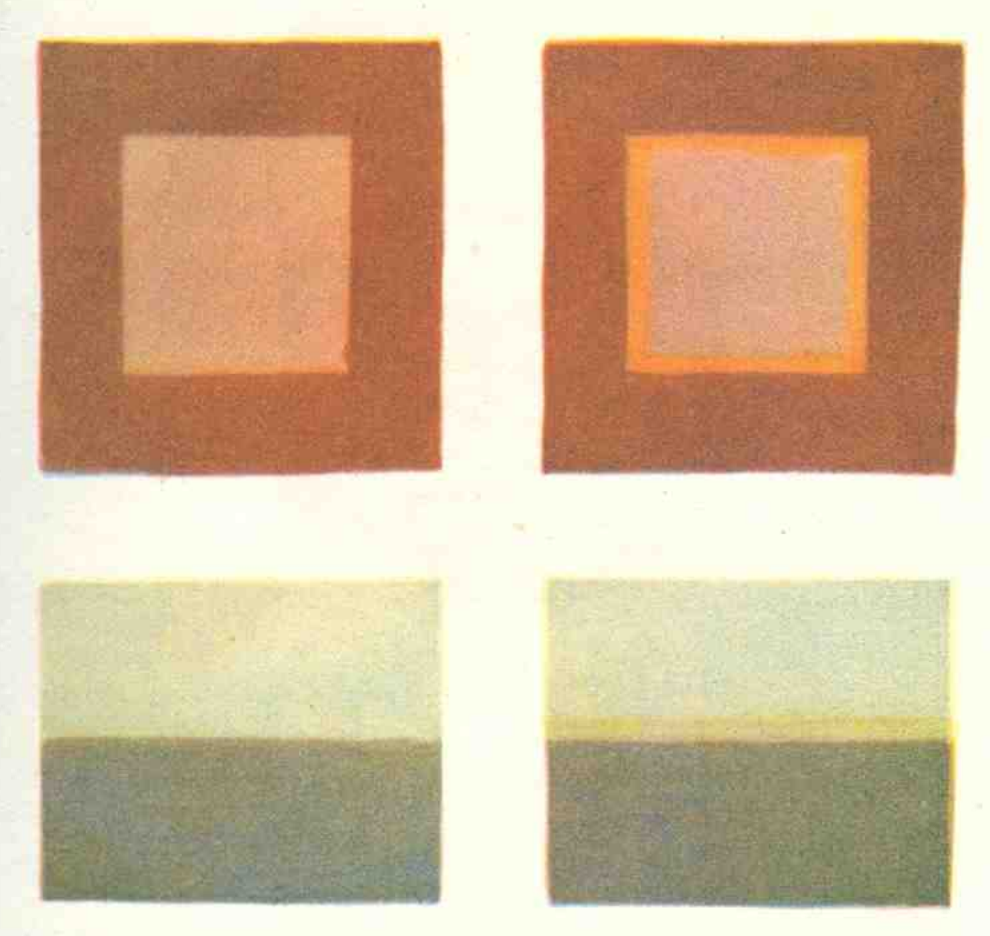
EL COLOR NO PUEDE SER MAS PURO E INTENSO EN LA SOMBRA, A MENOS QUE SE REFLEJE SOBRE ELLA UN COLOR SIMILAR, PRODUCIENDO UNA BRILLANTEZ ADICIONAL.



ESTE ES UN CUBO ROJO

ESTE CUBO Y EL ROSADO NO DEJAN DUDAS ACERCA DE CUAL DEBE SER EL COLOR DE LOS SOLIDOS.

EL COLOR ES ALGO MAS QUE COLOR LOCAL



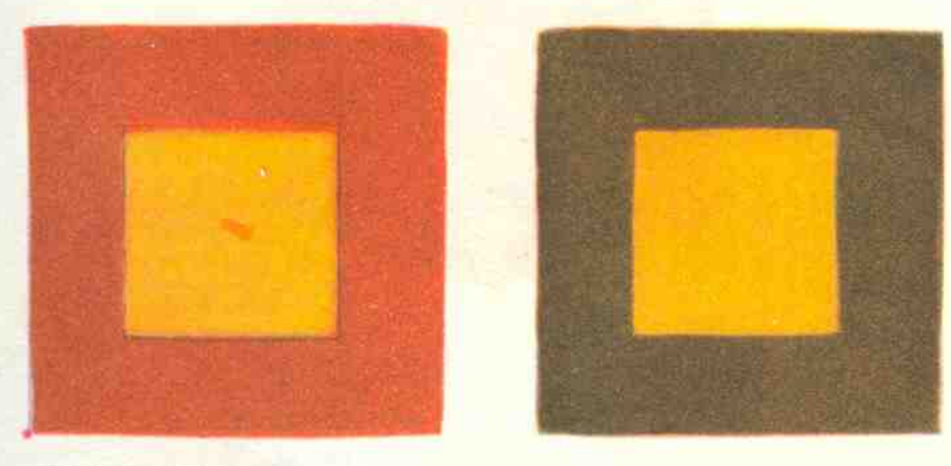
PUEDE AÑADIRSE BRILLANTEZ INTENSIFICANDO EL COLOR EN EL BORDE DEL AREA ILUMINADA PROXIMA A LA SOMBRA.

MEZCLANDO LUZ Y SOMBRA — LUZ · MEDIO TONO · SOMBRA

INTENSIFICANDO EL MEDIO TONO — LUZ · MEDIO TONO · SOMBRA



OBSERVESE LA DIFERENCIA CUANDO EL MEDIO TONO SE TRANSFORMA EN COLOR MAS BRILLANTE EN VEZ DE MEZCLAR SIMPLEMENTE EL COLOR EN LA LUZ CON EL COLOR EN LA SOMBRA PARA FORMAR EL MEDIO TONO. SI "FROTAMOS" SIMPLEMENTE LA LUZ CONTRA LA SOMBRA PRODUCIREMOS UN COLOR OPACO. ES LO QUE TODAVIA HACEN MUCHOS.



OBSERVESE QUE EL MISMO COLOR PARECE MAS BRILLANTE CONTRA UN COLOR "GRISADO".

rosado no puede tener una sombra roja, puesto que el color local debe persistir tanto en la luz como en la sombra. *Ningún color puede tener en la sombra una intensidad mayor que en la luz.* No podemos cambiar la identidad del color local.

En nuestro espectro encontraréis también una escala de blanco a negro. Si en la copia en blanco y negro el área que queréis pintar tiene un cierto valor el color deberá adaptarse aproximadamente a ese valor; de otra manera alteraréis la secuencia natural de valores que da la luz a las unidades de vuestra copia. En tal caso el color puede quedar librado a vuestra elección, pero el valor está más o menos determinado en proporción con el resto de vuestro cuadro, y deberá tenerse en cuenta. La relación de intensidad entre luz y sombra deberá ser planeada tan cuidadosamente en los trabajos realizados en color como en los hechos en blanco y negro. Es posible lograr que el color forme un "diseño". Un cierto valor puede ser repetido con gran variedad, conservando el valor pero cambiando el color.

Si el color en la sombra no puede exceder en brillantez al color local expuesto a la luz, se deduce que los colores más puros e intensos pertenecen a la luz. Notad en el cuadro la línea negra que divide la gradación de colores en zonas de luz y sombra. De aquí procede el axioma: *todos los colores en su mayor intensidad o tintes del color puro deben ser relegados a las luces y medios tonos. Al llegar a la sombra estos colores son reducidos o agrisados, o bien el color cambia por influencia de otro color reflejado en la sombra.*

No es necesariamente cierto que el color expuesto a la luz más brillante sea siempre el color más fuerte. La luz, siendo blanca, puede diluir el color, como el blanco de vuestra paleta. Para alcanzar el valor más alto podemos vernos obligados a aclarar el color. Sin embargo, en los planos siguientes, que son los planos del medio tono, el color puede ser más intenso, estando aun a la luz. Es decir, que *los medios tonos pueden contener el color más brillante y puro.* El color puede perder en gran medida su color local en las áreas más iluminadas, que adquieren el color blanco, o color de la fuente luminosa. El trabajar directamente dentro o contra la luz nos obliga a colocar nuestro color más brillante en la sombra; puesto que los claros están tan diluídos con la luz, las sombras son nuestro único recurso. Pero aun aquí esta-

mos trabajando en luz refleja contra la luz dominante, y que da mucho color visible, aunque no tan brillante como el expuesto a la luz directa.

Una de las mejores maneras de obtener brillantez de color es la siguiente: *dad la máxima intensidad al color en los bordes de las áreas iluminadas, donde se funde con la sombra.* Esto parece arrojar un aura de color adicional sobre toda el área iluminada. Con tomar solamente un color de la luz y frotarlo contra un color más oscuro de la sombra (que es lo que la mayoría de nosotros hacemos las más de las veces) no se obtiene brillantez, sino simplemente color en la luz, después una mezcla barrosa y finalmente color reducido en la sombra.

Llegamos ahora a descubrir un hecho sorprendente. *La mayor parte del color visual de la naturaleza no es color puro.* Aparte de las flores —y aun ellas hasta cierto punto—, descubrimos que un color está siempre atemperado por otro, grisado o influído de algún modo tal que no es en toda su extensión un color uniforme. Es decir, que debemos dejar nuestro color más puro para los bordes, acentos y otras manipulaciones para realzar el color más suave y gris de la naturaleza. Por esta razón, *no podemos pintar la naturaleza con los colores puros tal como salen de los tubos o potes de pintura.* Debemos relacionar nuestros colores intermezclándolos, subordinándolos o intensificándolos con el fin de obtener una mayor eficacia. En realidad, no podemos simplemente copiar un color. Debemos, en gran medida, crear el color a través de las verdades que nos da la naturaleza. Un área de color es mucho más verdadera y eficaz si incorpora algo de los colores vecinos. Por ejemplo, en vez de utilizar un azul neto, puede asociarse a él algo del azul verde y el azul violeta. En el caso de un amarillo puro, algo de amarillo naranja y amarillo verde puede invadir el color puro. Este es otro principio pictórico que puede dar vivacidad a un trabajo opaco. Puesto que la naturaleza es en gran parte gris, *no tengáis miedo de los grises de la naturaleza. La brillantez es relativa.* Un color resulta más brillante contra un color grisado que contra otro brillante. Los buenos artistas acostumbran decir que los grises hacen el cuadro, con lo que quieren significar que ellos constituyen el fondo necesario para que los colores brillantes parezcan verdaderamente brillantes. Los colores grises son "colores tonales".

He dicho que los colores puros y los tintes puros deben formar parte de la luz. Eso es cierto, pero no quiere decir que todo el color que está en la luz es color puro, puesto que no todo el color local es color puro. Todos nuestros tintes de los colores puros pueden ser grisados, lo que amplía infinitamente nuestra escala del color, al posibilitar miles de variaciones. Por ejemplo, podemos tener un rosado puro. Pero también podemos convertirlo en rosado gris, rosado anaranjado, rosado alhucema, rosado pardo y así sucesivamente, y a cada uno de ellos puede hacérsele recorrer la escala de la luz a la sombra. Puede ser necesario, por ejemplo, pintar un vestido de color rosado terroso, de tal manera que recorra toda la escala desde una luz brillante hasta una sombra profunda, sin dejar de ser en ningún momento un vestido de color rosado terroso. Esto sólo puede hacerse utilizando valores correctos y un cuidadoso ajuste del color evidente a la luz, que es llevado a la sombra, y al mismo tiempo rebajado en tono mediante grises o neutralización.

Puesto que el pigmento está ya limitado en brillantez en comparación con el color transparente o proyectado, los tonos que son grises a la luz presentan el problema mayor. Sólo hay un remedio, utilizado por la mayoría de los buenos pintores para evitar que sus telas se hagan indebidamente grisáceas, y consiste en lo siguiente: *si el color que está en la luz es gris o grisado, el color hacia el que tiende el gris puede ser intensificado en los medios tonos y también en la sombra.* Esto equivale a hacer la sombra ligeramente más cálida o más fría que el color en la luz. Por ejemplo, podemos tener en la luz un tono gris blanco. La sombra, entonces, en vez de ser un simple gris blanquinegro, tomará más color que en la luz, haciéndose más cálida o más fría. De esta manera la sombra correspondiente al blanco puede tender hacia los tonos más cálidos del verde, amarillento o anaranjado grisáceo, o en sentido opuesto a los azules y lavandas, según la naturaleza de la luz y el medio circundante. Así un gris cálido puede ser pintado algo más frío en la sombra, o un gris frío ligeramente más cálido. Este fenómeno parece existir en la naturaleza, a causa, posiblemente, del color reflejo, que no siempre es evidente. De todas maneras, proporciona más vida al cuadro.

LA LIMITACION DEL COLOR EN EL PIGMENTO

Debemos comprender que, al fin y al cabo, el color es el menos determinado de los elementos pictóricos, y el más difícil de encerrar en fórmulas. En este aspecto de vuestro oficio vuestra sensibilidad individual goza de mayor libertad que en otros. No se puede obtener buen color sin un aproche inteligente; por otra parte, y siempre que los otros elementos, tales como el dibujo y los valores tonales sean correctos, puede lograrse un buen color aun apartándose de la interpretación literal de la realidad. En realidad, si los valores son correctos, puede casi asegurarse que el color no parecerá mal. Son los valores y las relaciones tonales, más que cualquier otra cosa, los que arruinan el color. Puede afirmarse con tanta certeza que el color es correlativo del tono como que el tono lo es de la línea; las tres cosas son una, y cada una forma parte de las otras. *Todos los efectos visuales de la naturaleza son percibidos como color o como grises que pueden ser producidos por el color.* El negro y el blanco son invención del hombre, y representan simplemente el valor del color pero sin el color. Ver sin color equivale, bien a falta de percepción o a una visión realmente defectuosa.

Puesto que la luz posee una mayor escala de brillantez y oscuridad que el pigmento, se deduce que el color tiene también una mayor brillantez en la vida real que la que podemos alcanzar con el pigmento. En consecuencia, debemos trabajar dentro de las limitaciones de valor del pigmento, o sea, entre el blanco, el color y el negro. No podemos hacer otra cosa. Pero las limitaciones no son tan malas como parecen, una vez que comprendemos de qué se trata. *Todos los colores tienen una intensidad máxima que no puede sobrepasarse.* Un color puede hacerse solamente más claro o más oscuro, mediante la mezcla. Puede hacérsele variar de matiz añadiéndole otros colores, más cálidos o más fríos, pero no existe aun ningún medio conocido de hacerlo más brillante que la pintura o el papel blancos, salvo agregándole luz. La pureza del pigmento no es el objetivo total del pintor; *el tono y la armonía vienen primero.* En pintura la vitalidad procede de las relaciones de valor, y no de la crudeza inalterada del pigmento. El contraste entre los colores fuertes no puede ser el fin principal, porque el contraste es mayor cuando el fuerte está colocado contra el débil.

Sería natural suponer que el cuadro que contuviese el mayor número de colores fuera el más brillante. Infortunadamente, el color no obra de esa manera. El motivo es que todos los colores se combinan para producir el blanco en la luz. En el pigmento producen el gris o el pardo. De manera que los colores tienden a neutralizarse y opacarse unos a otros a menos que se los considere: 1) como valor, 2) como armonía relacionada, 3) como contraste de color. Los cuadros construídos sobre unos pocos valores básicos, una luz, uno o dos valores medios y un oscuro, difícilmente tienen un colorido mate. En segundo lugar, los cuadros construídos sobre una secuencia de colores rara vez adquieren ese colorido mate. Cuando el color está relacionado de esta manera no puede neutralizarse. En el tercer caso, el cuadro se conserva fundamentalmente vivo a causa del color complementario. Un color no puede parecer mate si está colocado contra su complemento. (Para una más detallada discusión del color relacionado y el color complementario, véase páginas 164-166.)

Cuando los colores están puestos unos tras otros sin discriminación, y rivalizando todos ellos por llamar la atención, el color se convierte en una mescolanza de valores y toda la brillantez desaparece. Podéis estar seguros de que un color primario junto a sus vecinos y en oposición a su complemento nunca parecerá apagado. Estos colores, apoyados por grises, e introduciendo un blanco y un negro, serán siempre brillantes. *Es una regla segura procurar que en un cuadro no intervengan los tres colores primarios juntos, en su estado puro.* Entonad uno o dos de ellos con el otro. Agrisad uno de ellos añadiéndole un poco de su complemento (mezcla de los otros dos). Haced algo de manera que no tengáis una gran masa de cada color luchando con los otros. Los tres colores primarios luchan verdaderamente entre sí, porque en su estado original no tienen ningún ingrediente en común. Somos nosotros quienes creamos la armonía. *Hasta que nosotros no producimos una mezcla agradable, los primarios en sí no tienen armonía.*

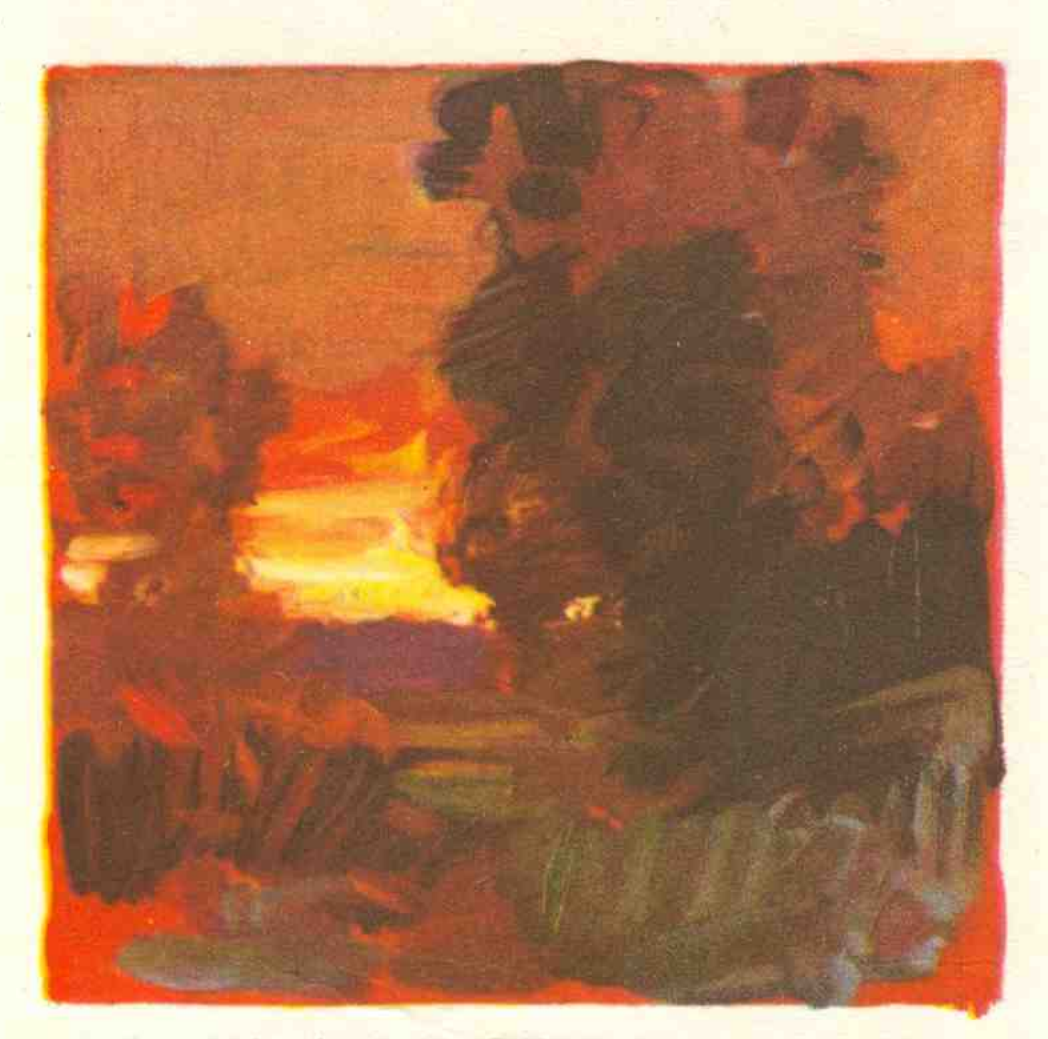
Puede establecerse relación entre los colores pintando sobre una base general coloreada. En los cuatro ejemplos que mostramos se han empleado respectivamente una base amarilla, una gris azul, una rojo anaranjada, y una verde. Este principio se aplica solamente a los mediums húmedos, de manera que al agregar las capas superiores de color parte de la base se mezcla con ellas. Esto produce una "influencia" sobre todos los colores, relacionándolos y armonizándolos. Es un plan excelente para realizar bocetos y pequeños estudios de color, y una manera rápida y hermosa de producir



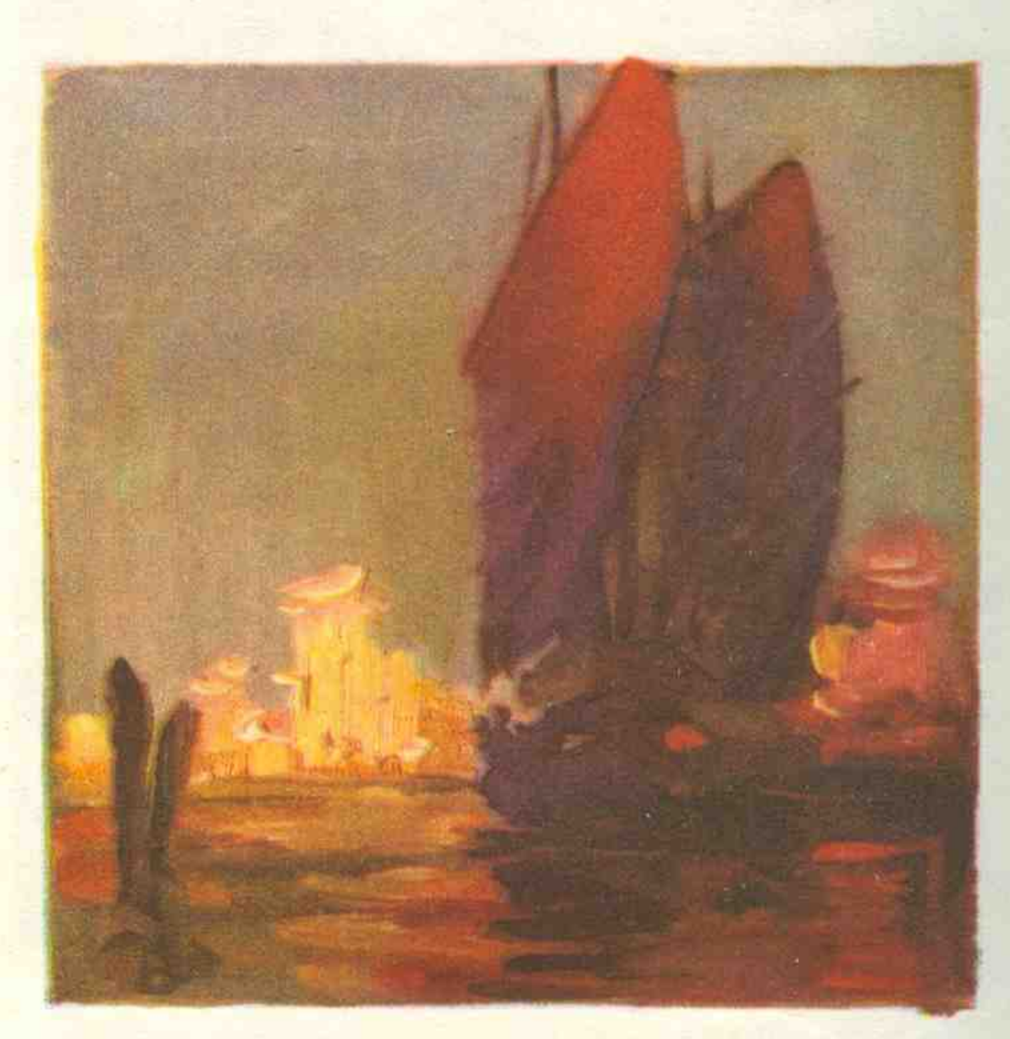
COLOR PINTADO SOBRE UNA BASE AMARILLA HUMEDA



INFLUENCIA DE UNA BASE AZUL-GRIS



EL ROJO ANARANJADO USADO COMO BASE

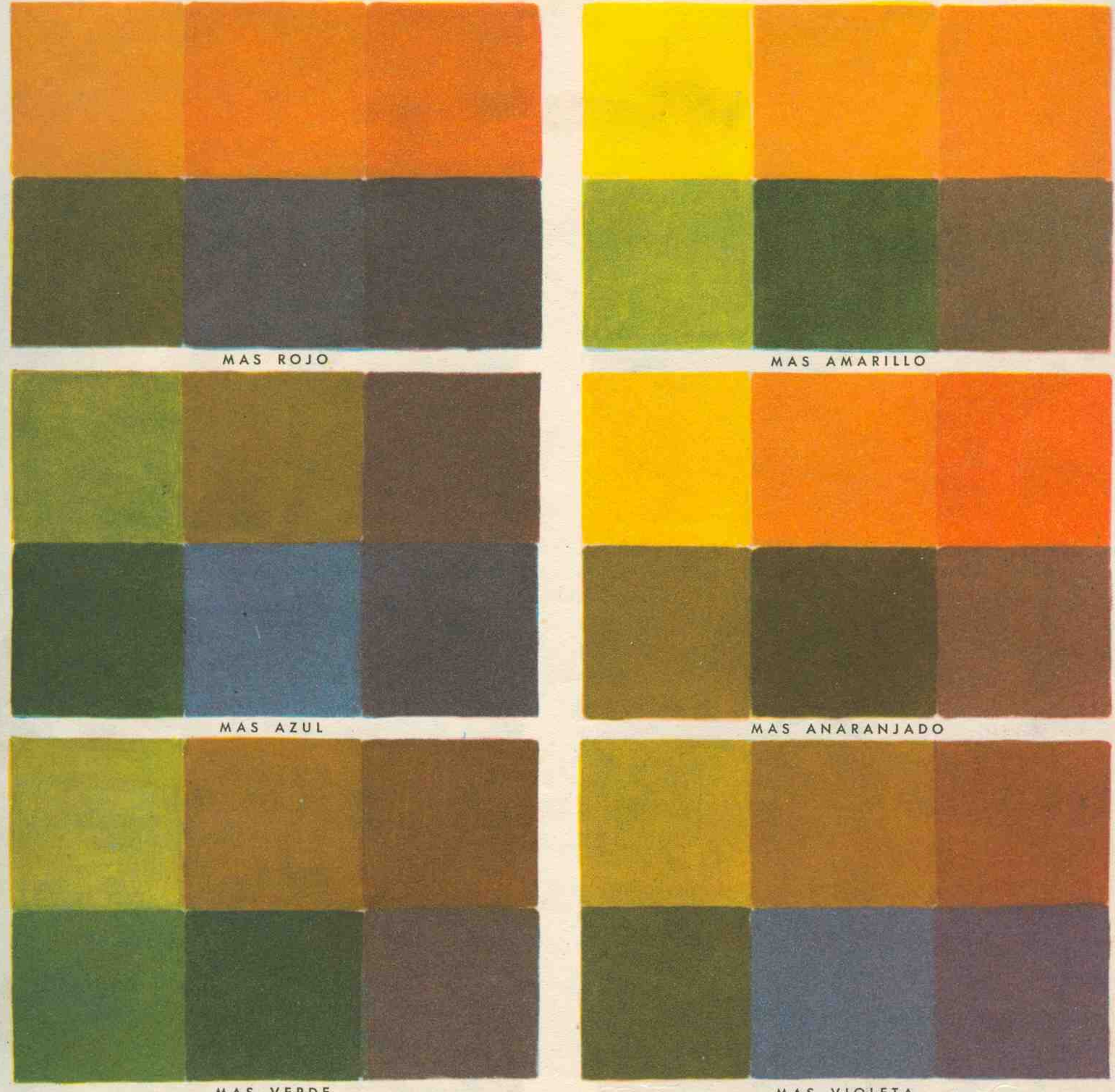


COLOR PINTADO SOBRE UNA BASE VERDE HUMEDA

armonía. Prácticamente cualquier color puede entrar en el plan tonal deseado, siempre que absorba parte de la base tonal. También pueden obtenerse otros buenos efectos empleando una base tonal seca sin recubrirla totalmente de pintura, de manera que parte de ella quede al descubierto.

Cuando hablamos de color "relacionado" queremos decir que contiene realmente parte del pigmento del o los colores que están junto con él. Es como una relación sanguínea entre seres humanos. El verde es hijo del amarillo y el azul, puesto que contiene partes iguales de ambos. Un azul verde es como un niño que ha heredado las características predominantes de uno de sus padres; el amarillo verde ha heredado las del otro. Cuando un grupo de colores contiene algo de un color particular o "influencia", se parece a un grupo de familiares más lejano. El espectro es como una familia con tres progenitores. El amarillo, considerado como padre, tendría de la esposa roja chiquillos anaranjados, y de la esposa azul hijos verdes. Parece complicado, pero así es el color.

ENTONANDO EL ESPECTRO O LA PALETA



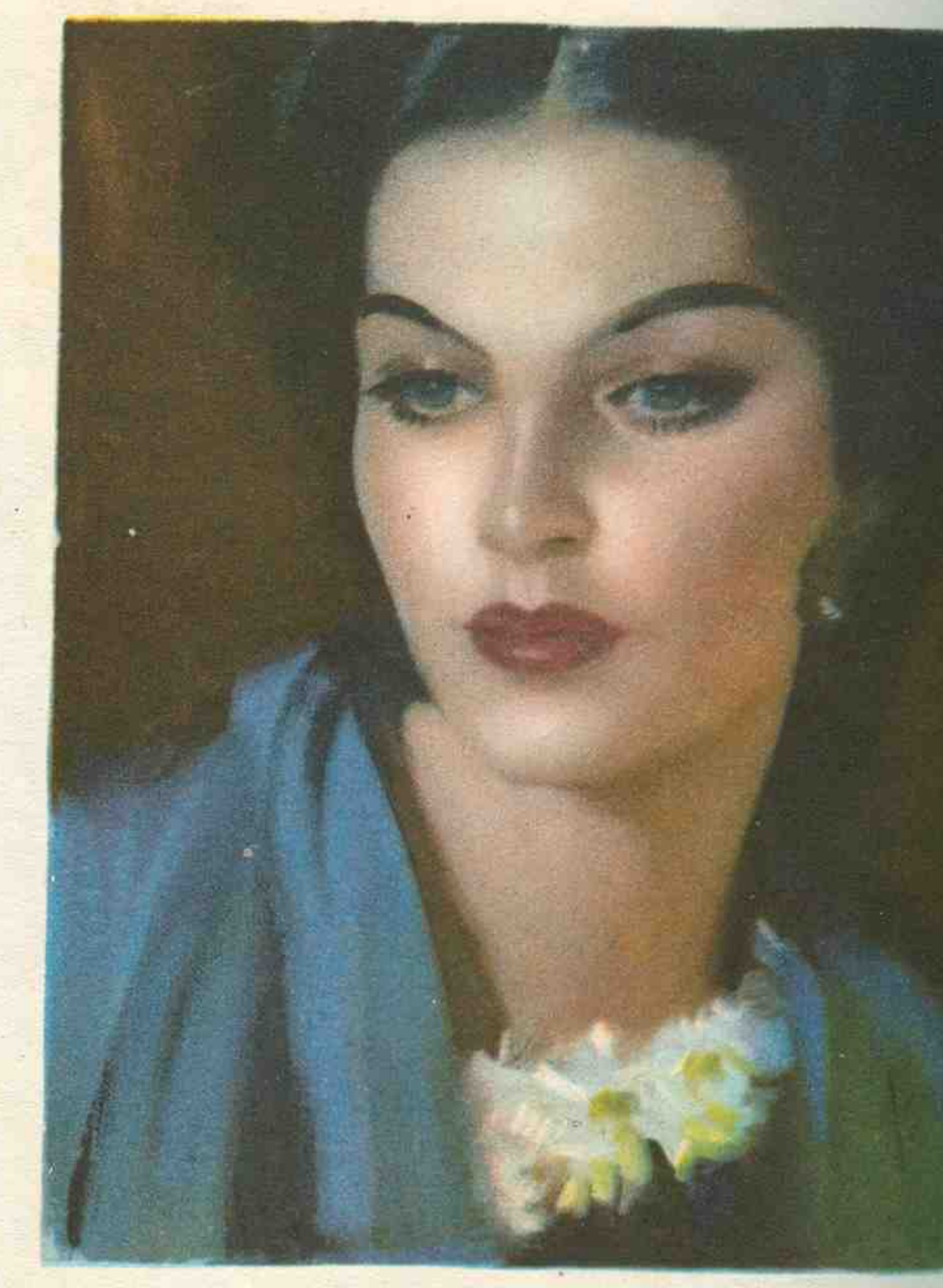
He aquí otra manera de relacionar todos los colores de vuestra paleta. Elegid un color del espectro. Mezclad una pequeña parte de él con todos los otros colores. Podéis hacer una mezcla muy delicada, o bien extenderos hasta aproximadamente una tercera parte del color con el cual estáis mezclando. Cuanto más añadáis, más brillantez restaréis a todos los otros colores, que normalmente no contienen nada del color que estáis agregando. Pero todos vuestros colores conservarán su "identidad" aunque se haya establecido entre ellos una armonía más estrecha. Arriba damos el límite aproximado de la mezcla. Observad que en cada grupo un color permanece puro, y es el entonador. Los demás colores cambian. He pintado cuatro cabezas en esbozo para demostrar que es posible pintar la carne con cualquier influencia. Manteneos fieles a vuestro plan una vez que lo hayáis iniciado. Cuando todo esté terminado, podéis agregar un toque o dos de color puro, ajeno al plan si os sentís tentados de hacerlo. Pero en la mayoría de los casos os gustará más como estaba antes del agregado. Con este procedimiento puede obtenerse un colorido muy hermoso. Mis ejemplos no hacen más que sugerir sus posibilidades.

CUATRO TEMAS EN "COLOR ENTONADO"



ENTONADOR ROJO

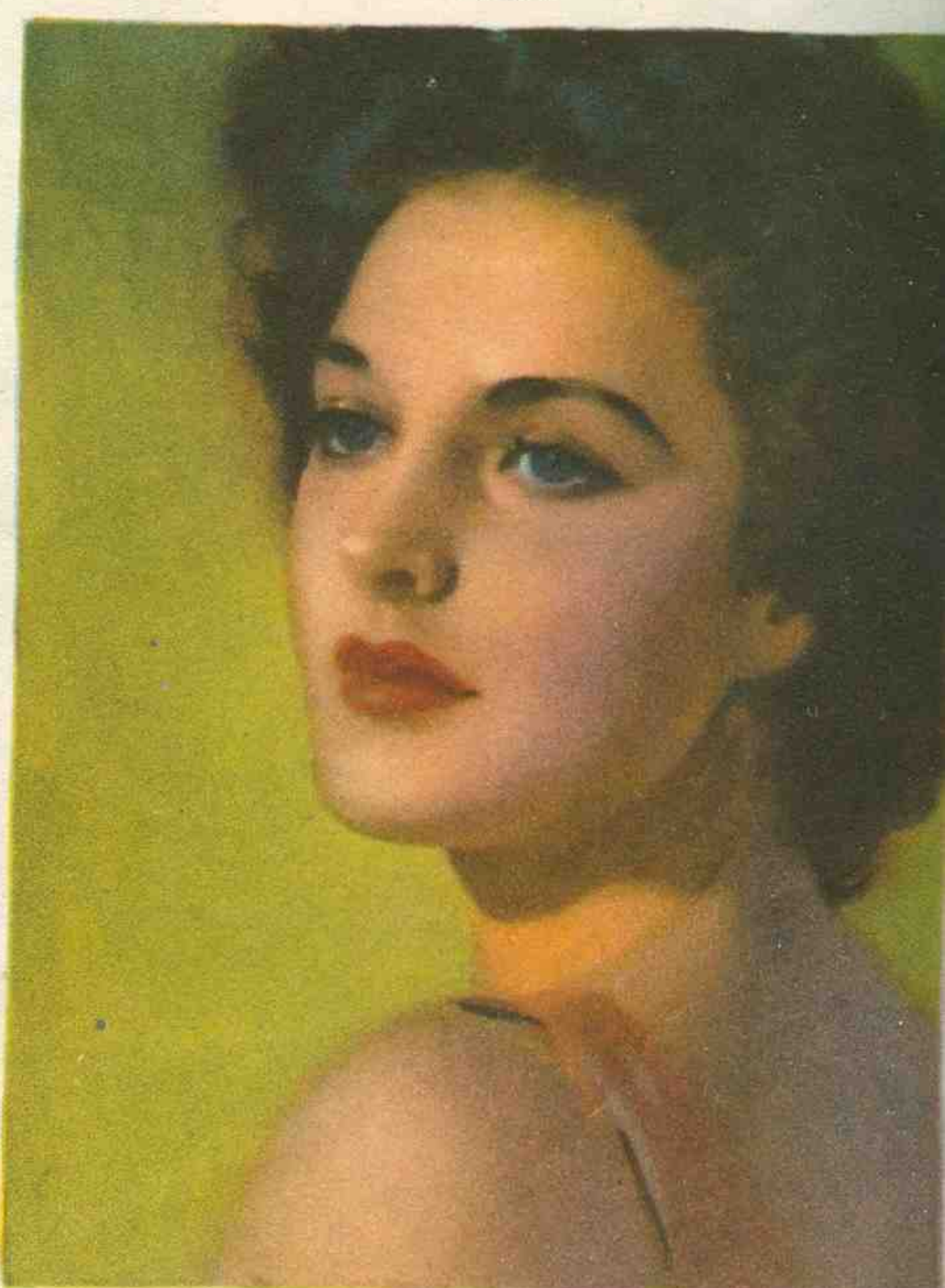
ANARANJADO

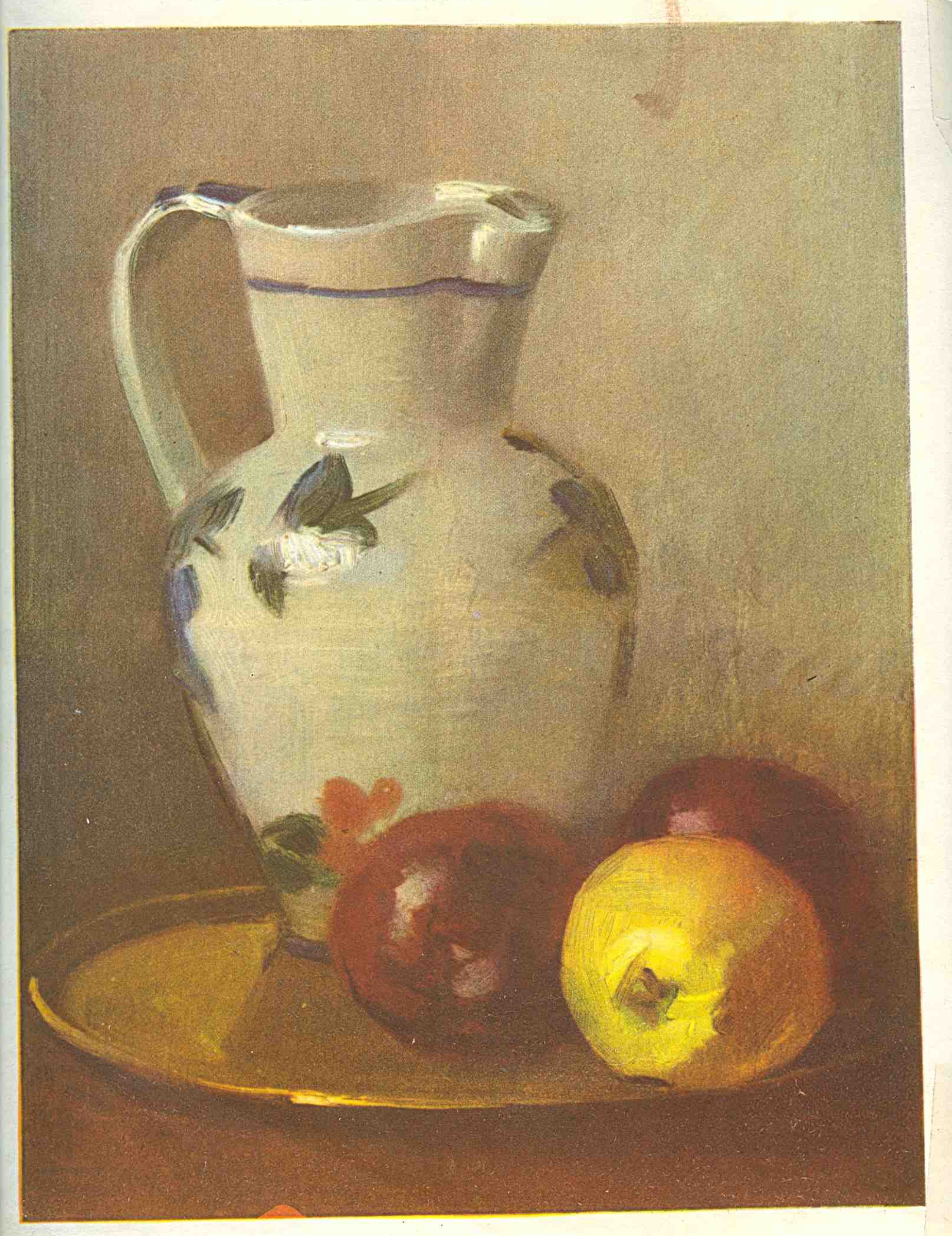


ENTONADOR AZUL

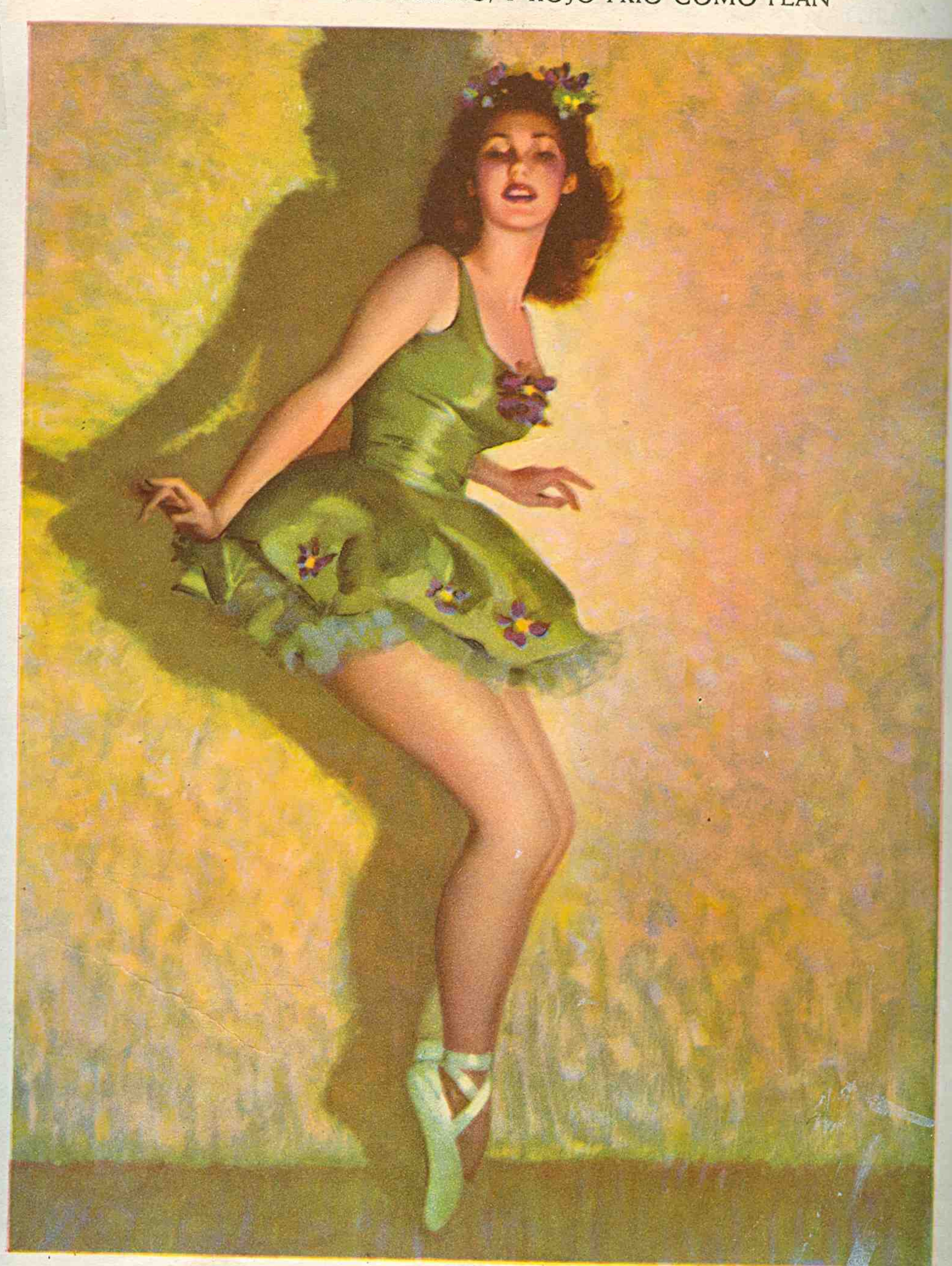
VERDE







EL AZUL VERDE, AMARILLO, Y ROJO FRIO COMO PLAN



EL AMARILLO COMO "ENTONADOR"



EL COLOR CONSIDERADO COMO "TONO" EN SU RELACION NATURAL



EL COLOR, SU FUNCION Y SU ATRACTIVO

El color es como una cuenta bancaria. Si retiráis demasiado pronto os quedaréis sin fondos. Para el lego, el color parece limitado a los seis colores puros del espectro. Por eso se siente tentado de meter los seis dentro de su cuadro para obtener lo que él cree es un "colorido intenso". Piensa en términos de tantos potes o tubos de pintura, uno de los cuales sirve para esto y otro para aquello. Si cree que le falta alguno va y compra más tubos con algo diferente, por ejemplo, un tubo de magenta, marrón o pardo rosado. El color es cualquier cosa menos eso. Trataré de llevaros a la demostración de que el color trabaja precisamente en sentido opuesto.

Las pinturas más coloridas y hermosas nacen a menudo de la restricción de colores y no de la profusa aplicación de los mismos. Debemos comprender que los colores del espectro no son otra cosa, en realidad, que la luz blanca descompuesta en sus elementos. Los objetos poseen color solamente porque ciertas superficies tienen la capacidad de absorber algunos de los elementos de la luz y reflejar los restantes. Si en la luz no hubiera color, no lo habría en ninguna de las cosas que nos rodean. Es verdad que podemos comprar colores; pero son pigmentos que poseen en sí los mencionados poderes de absorción y reflexión. Eliminad la luz y se tornarán incoloros.

De manera que para producir buen color vamos a las leyes fundamentales del color, según las cuales cada uno de los primarios es un elemento de la luz misma. Puesto que más allá del espectro no podemos a simple vista distinguir los colores, tales como el infrarrojo o el ultravioleta, el color está limitado a los tres elementos que podemos ver. Al tratar con pigmentos, y puesto que éstos no son realmente luz sino materia, la mezcla del rojo, el amarillo y el azul no puede producir el blanco, como lo hace la luz, y produce el sedimento. Estando los colores neutralizados entre sí, el resultado es oscuridad, ya sea en gris, pardo o negro. Por lo tanto, la tendencia del color pigmentario en la mezcla es reducir la intensidad de los tres primarios. Las mezclas secundarias, verde, violeta y naranja, no son tan intensas ni brillantes como el rojo, el amarillo y el azul de los primarios. Las mezclas terceras, llamadas terciarias, son aun menos intensas. Comenzad ahora a agregar un color que contenga dos primarios a otro que contenga el tercero, y el resultado será de una brillantez aun menor, llegándose a los grises o pardos, en vez de conseguir que el color parezca más vivo. De manera, pues, que en los primarios tenemos en realidad toda la brillantez que puede dar el pigmento. Suponiendo que comenzamos con el rojo, el amarillo y el azul más intensos, y a partir de la mezcla de dos de ellos recorremos todo el círculo, obtenemos la gama completa del llamado color puro, con toda la brillantez a nuestra disposición.

En vez de pensar que el color está limitado a los seis primarios, consideradlos como los jefes de seis grandes familias, seis "pioneers" que son el origen de una vasta descendencia de colores. Algunas ramas permanecen puras, por ejemplo todos los colores en los que la influencia del amarillo o del azul, o de cualquiera de los seis colores, permanece evidente. Otras se intermezclan a tal punto que los colores se hacen casi innominables, y es preciso discurrir otros nombres para identificarlos, ya sea indicando la sustancia de que están hechos o sugiriendo algo a que se parecen. Pertenecen a este grupo el amarillo ocre, las tierras de sombra, el siena tostado, el cobalto, el manganeso o azul cerúleo, el rubia de rosa, la laca de carmesí, el carmesí alizarina, el bermellón, el rojo inglés y el colcotar, el camboge, el amarillo de Marte y otros. Estos son pigmentos que difieren de los colores primarios originales del espectro. Tenemos también colores tales como "taupe", "chartreuse", beige, verde salvia, marrón, cereza, lavanda, limón y otros, a los que se puede llegar con bastante aproximación mezclando los primarios. Este gran ejército de nombres es simplemente causa de confusión y no pertenece a la teoría básica del color. En cuanto a los artistas concierne, el color está constituído simplemente por rojo, amarillo, azul, blanco y negro. Podemos empezar a pintar nuestro cuadro con *cualquier* rojo, *cualquier* amarillo o *cualquier* azul que nos convenga, obteniendo interesantes resultados. Sin embargo, si estamos trabajando para reproducción, es lógico que empecemos con primarios los más parecidos que sea posible a los que utiliza el impresor. Para obtener resultados uniformes ha sido necesario standardizar esos colores, que se conocen con el nombre de primarios standard. Podéis observarlos en nuestro cuadro de colores standard, en la página 148. Ellos os servirán de guía.

No quiero decir que no podáis usar el color de la manera que mejor os parezca. O sacarlo de cualquier tubo en el que esté inscrito cualquier nombre. Sólo deseo señalar que el grabador puede dar únicamente aquellos colores que resultan de la mezcla de los colores con los que él debe trabajar. Si con vuestros tres primarios no podéis mezclar un color que necesitáis, podéis estar seguros de que él tampoco puede hacerlo.

Cuando el color de cualquier cuadro procede de una fuente básica de unos pocos primarios, automáticamente queda establecida entre ellos una armonía y una relación básica. No puede ser de otra manera, porque todos ellos contienen los mismos elementos o ingredientes, y la relación entre los colores no se diferencia de la que existe entre los miembros de una familia humana. Los rasgos y características de la fuente original se transmiten a los descendientes.

Más arriba empleé la palabra "pocos", porque si fuera necesario podemos utilizar una gama un poco más amplia que la formada solamente por un rojo, un amarillo y un azul. Sin embargo, yo me declaro tenaz partidario de aquel procedimiento, porque debido al hecho de que no puede operarse una verdadera mezcla de las tintas, a menos que se las distribuya en forma de diminutos puntos o superpuestas unas a otras, el color del impresor no está tan neutralizado como lo está el nuestro merced a la mezcla. En consecuencia, podemos utilizar dos derivados de cada primario, uno cálido y uno frío, siguiendo dos tendencias opuestas en torno al círculo. Es decir, que podemos emplear un amarillo que tienda al anaranjado, verbigracia, un amarillo de cadmio, y uno que tienda al verde, por ejemplo, un limón de cadmio. Para el azul, podemos emplear un cobalto, o un cerúleo, o aun un poco de "viridiam" mezclado con azul, que representaría la tendencia del azul pálido hacia el verde. El rojo cálido puede ser un rojo de cadmio o un bermellón, y el rojo frío un carmesí de alizarina. Ahora bien, utilizando los primarios y los secundarios, además del blanco y el negro, puede obtenerse cualquier color, matiz o tinte bajo el sol. Con esos colores pueden obtenerse miles de variaciones, por lo que el artista no debe preocuparse más que por ellos. Algo de la brillantez puede perderse en las reproducciones, pero es mejor dar al grabador brillantez de más que de menos. Quizá él se irrite con vosotros, pero más se irritaría si le dierais una pintura apagada y esperaseis que él os la abrillantara. La única forma en que él puede abrillantar vuestro cuadro es restándole color neutralizador.

Deseo recalcar que no podéis hacer una pintura colorida empleado solamente color puro, es decir, colores primarios y secundarios. El color es una cuestión de gradación. Necesitamos grises y colores suaves como fondo para las áreas brillantes. Todas las partes de un cuadro deben integrar una concepción de conjunto, y los colores más puros y brillantes estar concentrados donde mayor sea su eficacia. Observad en el frontispicio del libro que el color brillante ha sido concentrado en torno a la cabeza de la muchacha, y que los otros colores son más suaves y están más atenuados por la mezcla. Forzar todas las áreas hacia los seis colores del espectro establece entre ellas una competencia que en último término desvía la atención y tiene por consecuencia una menor brillantez de cualquier área considerada en particular. Es decir, que más allá de cierto límite no hay manera de lograr más colorido. Es posible emplear cada color en su máxima intentidad, pero a menudo esto tiene resultados contraproducentes. Es difícil encontrar en la naturaleza un color puro y brillante. En la naturaleza los colores están formados por variaciones, variaciones cálidas y frías, colores quebrados o fundidos. El cielo no es un solo azul, ni la tierra un solo gris, un solo pardo o un solo verde. El color del follaje visto a la distancia es muy distinto del color del mismo follaje visto de cerca. El encanto del color reside en las variaciones cálidas y frías, en los colores grises o velados alternados con otros puros y brillantes. Si podéis poner tres rojos en vez de uno solo, el resultado será más hermoso; esto es posible haciendo que el rojo tienda hacia el cálido y hacia el frío en la misma área. Lo mismo ocurre con todos los demás colores. Observad cómo varía el color de una flor, y cómo las hojas y el tallo participan en cierto grado de ese color. Observad la gran variedad de verdes que encierra un mismo tema en exteriores. Esto no significa que debáis emplear todo un ejército de tubos de pintura, sino que se deben realizar gradaciones de los colores iniciales hacia el cálido o el frío. Es lo que yo he tratado de hacer en el frontispicio de la parte tercera de este libro.

Es difícil aclarar esto al estudiante y, a me-

nudo, al cliente. La brillantez tiene un punto de saturación que no se puede sobrepasar. Podemos decir que el sabor dulce del azúcar llega al máximo en el estado bruto del producto. De la misma manera, el color alcanza su máximo de brillantez en su estado crudo. Un exceso de azúcar en bruto repugna al gusto, debe ser equilibrado con alguna otra cosa. Lo mismo ocurre con el color. Hay un punto más allá del cual el color crudo se hace intolerable. Como en el caso de los bordes, el atractivo reside en la suavidad contrastada con la dureza, de la misma manera en el color reside en los brillantes contrastados con los más suaves y grises. Los colores más grises y sutiles deben ser asociados con buen gusto agregando de vez en cuando un toque de color vivo para evitar la monotonía.

CONTRASTE DE COLORES

Para los que no entienden el significado del color pigmentario complementario, séame permitido señalar que el complemento primario de un color es aquel que está más alejado de él, por causa de sucesivas mezclas, o el que no contiene nada del color original. Así, el complemento de un primario sería una mezcla de los otros dos primarios. O sea:

PRIMARIO	COMPLEMENTO
Rojo	Verde (amarillo más azul)
Amarillo	Violeta (rojo más azul)
Azul	Anaranjado (rojo más amarillo)

Los complementos secundarios son aquellos que contienen un similar origen, pero algo más lejano a consecuencia de nuevas mezclas. Es decir:

SECUNDARIO	COMPLEMENTO
Amarillo verde	Rojo Violeta (contienen azul)
Azul Verde	Rojo Anaranjado (contienen amarillo)
Azul Violeta	Amarillo Anaranjado (contiene rojo)

Los complementos secundarios son aún más hermosos porque están relacionados, y no en los extremos abolutos del contraste de colores.

ARMONIA DE COLORES O COLOR RELACIONADO

Como sabemos que podemos relacionar dos colores cualesquiera mezclando uno de ellos con una parte del otro, los colores del espectro se dividen en tres grupos, dentro de los cuales cada color está relacionado con los demás que integran el grupo, porque todos contienen una porción del mismo primario. Así, todos los colores que contienen el amarillo están relacionados mediante el amarillo. Lo mismo puede decirse de cada uno de los otros dos primarios. Más abajo damos los grupos relacionados, en su estado más puro. Pero los colores pueden ser grisados aun más, y mientras contengan un ingrediente común serán relacionados. Los grupos son los siguientes:

EL GRUPO AMARILLO

Amarillo (origen)
Amarillo Anaranjado
Rojo Anaranjado
Amarillo Verde
Verde
Azul Verde
Además, cualquier color grisado que contenga algo de amarillo

Se obtiene el mismo efecto pintando sobre una base (húmeda) amarilla, o bien mezclando algo de amarillo a todos los demás colores de la paleta.

Con los colores de este grupo se obtiene un cuadro cuya "clave" o tono dominante es amarillento, como si estuviera penetrado por una luz amarilla.

EL GRUPO ROJO

Rojo (origen)
Rojo Anaranjado
Anaranjado
Amarillo Anaranjado
Rojo Violeta
Violeta
Azul Violeta
Además, cualquier color grisado que contenga algo de rojo

Base roja, o influencia roja.

EL GRUPO AZUL

Azul (origen)
Azul Verde
Verde
Amarillo Verde
Azul Violeta
Violeta
Rojo Violeta
Además, cualquier color grisado que contenga algo de azul.

Base azul, o influencia azul

Lo anterior, aplicado a la pintura, significa determinar una "clave de color" para un cuadro. Es decir, que podéis pintar en una clave amarilla, roja o azul, obteniendo una gran diversidad de efectos. Podéis ir un paso más lejos y entonar o influir todos vuestros colores con uno solo. Por ejemplo, el azul verde puede ser

LOS GRUPOS DE COLORES PRIMARIOS



EL GRUPO ROJO



EL GRUPO AMARILLO



EL GRUPO AZUL



COLOR PINTADO SOBRE UNA BASE GRIS

la veta o influencia dominante en todo el colorido de un tema con luz lunar, lo cual no quiere decir que todos los colores deben ser azul verde, sino que están atemperados por el azul verde. El efecto de tal relación de colores es extremadamente hermoso. Siempre que el color dominante esté o pueda estar mezclado con los primarios standard, será perfectamente posible reproducirlo mediante el proceso standard de citocromía.

De todo esto se deduce que para producir armonía y belleza de relación entre los colores, podéis relacionarlos de las siguientes maneras: 1) mediante un ingrediente común; 2) mezclándolos sobre una base húmeda; 3) intermezclando el color de un área con el de otra; 4) pintando todo el tema con los colores de uno de los grupos; 5) empleando como paleta para vuestro cuadro tres colores cualesquiera, cada uno de los cuales contenga una parte de uno de los tres diferentes primarios. Es decir, que los tres primarios no necesitan estar puros. Podéis realizar prácticamente cualquier combinación que se os ocurra, si uno de los colores elegidos contiene algo de amarillo, otro algo de azul, y el tercero algo de rojo, ya sea en estado puro o mezclado. Esto tiene por resultado lo que se conoce con el nombre de 'tríadas'. Las tríadas son en realidad un medio de apartar al color de su estado puro crudo. Así, por ejemplo, una combinación de amarillo anaranjado para el primer caso, de azul verde en vez de azul para el segundo, y de rojo violeta en vez de rojo, formarían una tríada. Puede formarse una tríada con colores secundarios o terciarios, o con un primario y dos secundarios, o prácticamente cualquier combinación que elijáis, siempre que provenga de mezclas en las que estén contenidos los tres primarios. Si eligierais tres colores demasiado próximos en el círculo espectral, como el azul, el verde azul y el azul violeta, os limitaríais al extremo de no tener contraste complementario, y aunque el resultado podría a pesar de todo ser hermoso a causa de la relación tan estrecha, el cuadro parecería tender totalmente hacia el azul, y la gradación de colores sería muy reducida. Sería una hermosa combinación para un tejido, pero no bastante amplia para un cuadro. Esto indica la gran variedad posible de aproches al color.

Es de gran importancia aclarar el significado de la expresión "matices de color", cosa que trataremos de hacer aquí. El matiz de un color resulta de la *proporción de los colores componentes, o un color agregado.* Por ejemplo, el verde amarillo y el verde azul son matices del verde; el matiz varía solamente porque la proporción del amarillo al azul es distinta en ambos casos, puesto que ambos matices contienen los mismos ingredientes. Pero hay muchos matices más del verde, con lo que queremos decir que el rojo, agregado a la mezcla, forma también un matiz del verde. Podemos tener verde oliva, verde gris, verdes pardos, verde marino, y así indefinidamente. Todos ellos están compuestos de los mismos viejos amigos, el amarillo y el azul, mezclados en proporciones diversas con el rojo, el negro y el blanco. Es evidente que todos los pigmentos de un color dado no armonizan; poseemos una gran variedad de ellos, pero no podemos introducirlos armoniosamente en un tema que no empezó con ellos en la paleta original *o los tres primarios elegidos para el cuadro.* Tratad de entender claramente lo siguiente: el espectro tiene tres primarios, pero vosotros elegís vuestros propios primarios para el cuadro y con ellos pintáis todo el tema; estos tres primarios son los padres de todo vuestro color. No se los debe confundir con los primarios del espectro, puesto que pueden contener solamente ciertos ingredientes de los primarios. Se los llama primarios sólo porque constituyen la base primaria de toda mezcla ulterior. Si comprendéis esto, la relación de los colores no será nunca una seria preocupación para vosotros.

Debe recordarse que el color puro sólo puede ser abrillantado por la luz misma, y no con pintura blanca; esta es la razón por la cual el color pertenece a la luz. Desde que pierde intensidad en proporción a la luz que se le resta, debemos disminuir su brillantez cuando lo pintamos en la sombra; de lo contrario resultará falso. Si al utilizar una base de tres colores el colorido de vuestro cuadro resulta malo, la culpa no la tiene el color, sino los valores y las relaciones del color con respecto a la luz, la sombra y la luz y el color reflejos.

Color "local" es aquel que no experimenta influencias. Si volcamos una luz anaranjada sobre el verde, o queremos que el verde aparezca en nuestro cuadro como si estuviera dentro de una luz anaranjada, debemos cambiar el color local agregando anaranjado. Es aquí donde el color se incorpora al Principio de la Forma y está influído por el "momento" y el medio circundante. Si la luz fuera fría, naturalmente agregaríamos azul al color.

SELECCION DE COLORES Y DEL FONDO

Debéis elegir el color del cuadro después de una cuidadosa deliberación acerca de la naturaleza del tema. Si queréis atraer la mirada rápidamente con un color intenso, especialmente en contraste con otro color, deberéis empezar con los primarios o el color en su estado puro. La pureza y la fuerza permanecen más tiempo en el color cuanto menor es el número de elementos que lo componen. Luego, si dos colores contienen los mismos elementos, como azul, azul verde, verde y azul violeta, todos los cuales contienen azul, pueden ser mezclados sin que se pierda mucha brillantez. Pero cuando el rojo o el anaranjado comienzan a mezclarse con ellos, tienden a neutralizarse y una cantidad suficiente de rojo o anaranjado, complementarios, los reducirá finalmente a pardos. *Todos los colores mezclados con sus complementos se tornan pardos o grises en proporción a la cantidad de complementario agregada. Todas las mezclas de complementos desembocan en el mismo pardo, cuando están mezcladas con la misma paleta, porque llegamos a una mezcla idéntica de los amarillos, rojos y azules.* De modo que al añadir amarillo al púrpura, la mezcla total es rojo, más azul, más amarillo; y cuando agregáis rojo al verde hacéis lo mismo, pues la suma total es en este caso amarillo, más azul, más rojo, llegándose al mismo color. Luego, la variedad de color reside en *mezclas desiguales del color puro, más blanco o negro; entendido esto, el dominio del color se torna ilimitado y ofrece la posibilidad de centenares de variaciones.*

Aquí hace su aparición un principio importante: la simplicidad. Al estudiar el tono vimos que con unos pocos valores simples se hace el mejor cuadro; el color reacciona de la misma manera, puesto que el color y el tono están estrechamente relacionados. Este es el principal de los motivos que aconsejan la adopción de una paleta simple. A qué extremo de simplicidad es posible llegar nos lo demostraron el gran Velázquez, Zorn, Sargent y otros. En muchos de sus cuadros, Zorn empleó un bermellón, un negro azul y un ocre amarillo, con sorprendente brillantez. Es decir, que usó un color puro y dos grisados. La brillantez depende de la relación de valor y tono tanto como del color mismo. No es más brillante un cuadro por el número de colores contenidos en él, sino por la disposición de las masas y los valores.

Examinad vuestro tema y el propósito que le asignáis. Para atraer rápidamente la mirada necesitará un llamativo contraste de colores, lo que significa un juego de complementos. En general, los letreros, cubiertas de libros y escaparates pueden realizarse sobre el principio de un primario contra su complemento, o bien usando los complementarios secundarios. Pero recordad que el tema tiene mucho que ver con la elección del color. Algunos temas naturalmente brillantes y vivaces reclaman un color brillante. En cambio, difícilmente podría pintarse con colores vivos el retrato de un internado en un campo de concentración. Comprendiendo la mezcla de colores podemos acercarnos a su función. Podemos hacer que el color refleje una modalidad, un estado de ánimo, el espíritu con que realizamos nuestro trabajo. Si conocéis la relación entre los colores, no pintaréis una luna amarilla brillante contra un cielo azul puro. El color puro colocado en una relación falsa no aumenta la eficacia de un anuncio, aunque crean lo contrario los que no comprenden las leyes del color. Una relación bien establecida produce una reacción más favorable. La correcta relación entre los colores no disminuye la brillantez, sino que es un modo de llegar a ella. Si el cliente os pide copiar un esbozo mal relacionado desde el punto de vista del color, hacedle uno bien relacionado, en que cada área participe de las vecinas, dejando sólo un área en color puro, y mostrádselo. La diferencia lo convencerá.

Aparte del color en sí, cada color tiene un valor. Naturalmente, los colores de valores aproximados tenderán a fundirse, como un rojo sobre un verde que tengan aproximadamente el mismo valor. Los amarillos, así como los tintes de los otros dos, tienen valores altos, pero los púrpuras, rojos, pardos y azules oscuros, tienen valores bajos, próximos entre sí. De manera que si necesitáis contraste, procurad primero que haya contraste de valores, y el contraste de colores se alcanzará luego fácilmente. Los fondos que suministran contraste al material pintado sobre ellos deberán ser seleccionados teniendo en cuenta este principio. Existiendo contraste de valores, no es necesario acentuar demasiado el contraste de colores. Una inscripción en verde oscuro puede quedar muy bien sobre un fondo cremoso o tostado. Las áreas de color más amplias deberán ser entonadas con complemento o gris para dar una oportunidad a los otros colores. "Cuanto mayor el área, más suave el color", es un buen axioma. En los fondos evitad los colores primarios. Reservad los colores vivos para los centro de interés.

QUE HACER CON UN CUADRO CUYO COLOR PARECE "MUERTO"

Es importante subrayar aquí el hecho de que el color puede ser muy atractivo y agradable en un esbozo en miniatura, precisamente por la pequeñez del mismo. En realidad, cuanto menor es el área, más intensidad puede darse al color. Pero en vuestro trabajo final, cuando el esbozo ha sido muy agrandado, podéis descubrir que el color empieza a tornarse algo crudo. La razón es que el número de conos de la retina del ojo el limitado. Sólo poseemos una cantidad determinada de cada clase para registrar las diferentes vibraciones de color. Cuando el ojo abarca una gran área de color puro se cansa rápidamente, y para defender a los nervios surge la sensación del color opuesto. Contemplad fijamente durante un minuto una mancha de color rojo brillante y mirad luego una página en blanco. Surgirá en ella una mancha de color verde brillante. Si miráis una mancha azul, la imagen será amarilla o anaranjada. En cada caso será el complementario del color, o el color que entonaría o neutralizaría al color original que cansa los nervios. Es decir, que cuanto más tiempo contemplemos un color brillante, más opaco parece tornarse. De esto aprendemos que si descansamos los nervios asociando colores que se equilibran dentro del mismo cuadro, todos los colores permanecerán brillantes durante más tiempo. Luego, para obtener y retener brillantez podemos asociar un área con otra de color grisado o complementario.

Cuando vuestro cuadro tiene un color muerto o desagradable, el defecto reside por lo general en un exceso de colores crudos, no relacionados, antes que en una carencia de los mismos. De nada sirve seguir apilando colores crudos más brillantes o diferentes. Una multitud de colores primarios y secundarios rivalizando entre sí puede viciar completamente el efecto total del color. He aquí algunos remedios para el mal colorido.

Tratad de grisar todos vuestros colores menos dos, o de mezclar un solo color con todos los demás salvo uno o dos, y observad lo que ocurre. Contemplad también vuestro tema sobre la base de un plan tonal más simple, disponiéndolo en un diseño, medio tono y sombra. Si esto no puede hacerse, vuestro cuadro puede resultar demasiado quebrado en masas; esto tiene tanta importancia para el color como para el tono. Tratad de reducir todo vuestro plan de color a tres o cuatro colores básicos con los cuales obtendréis todos los demás. Procurad que en vuestras sombras no haya colores brillantes y crudos. Vuestros colores, más brillantes deben aparecer en la luz. Procurad que los tres primarios no aparezcan en su estado crudo dentro del mismo cuadro. De lo contrario, ese será vuestro mayor obstáculo. Si no podéis evitarlo, entonad dos de ellos con el tercero.

A veces, introduciendo un gris neutro, un blanco o un negro, o los tres juntos, en un tema de por sí lleno de color, se logra comunicarle una vivacidad aun mayor, puesto que se realzan los valores y se suministra adecuado contraste a la brillantez de todo el cuadro. Esto significa que tendréis que sacrificar el color en un lugar para realzarlo en otro.

Si el cuadro se resiste persistentemente a adquirir el colorido que deseáis ello significa que los valores están algo desvirtuados, o que bajo las condiciones existentes alguna de las áreas no puede estar en la relación que le habéis asignado con respecto a las demás. Quiere decir que la relación de conjunto entre luz y sombra no se ha expresado correctamente en algún lugar. *Recordad que un color no puede estar bien hasta que su valor sea correcto. Recordad también que un mismo color no puede ser más puro e intenso en la sombra que en la luz.* Un cuadro no se sostiene si sobre un mismo objeto las luces son frías y las sombras cálidas, mientras que sobre otro objeto dentro del mismo cuadro las luces son cálidas y las sombras frías, a menos que la luz o el color reflejos lo justifiquen. No podéis poner una sombra cálida sobre una cara que debería ser iluminada por el azul del cielo, ni una fría bajo los planos que deberían ser iluminados por el cálido reflejo del suelo iluminado por el sol. Pensad siempre en la posibilidad de que el color de un área penetre el de otra e influya sobre él.

La exageración del modelado o de los valores que están a la luz rebajará naturalmente el valor de vuestro color, que parecerá fangoso. Procurad que las luces sean simples en relación con las sombras simples, y de intensidad constante en todo el cuadro. No exageréis las luces reflejas en las sombras ni les deis un valor demasiado alto, para no destruir el efecto de masa de las sombras en oposición con la luz.

En ciertos casos, los menos, el cuadro es defectuoso porque todo el colorido es demasiado gris. El único remedio, entonces, consiste en intensificar el color en los bordes o en todo sitio donde ello sea posible. Pero la superabundancia de colores brillantes es una falla mucho más común.

EFECTOS EMOCIONALES DEL COLOR

Si planeáis un cuadro destinado a perdurar largo tiempo emplead el color suave o tonal, a menos que el cuadro sea muy pequeño. Un cuadro grande y muy brillante, una vez desaparecida su novedad, tiende a ponernos nerviosos. Los cuadros destinados a la reproducción en anuncios o en ilustraciones poseen un interés más o menos momentáneo y en consecuencia se prestan a un tratamiento más brillante. Pero aun en estos casos un colorido apacible, suave y que descanse la vista puede atraer la atención por contraste con el colorido vivo que por lo general caracteriza a este tipo de producciones pictóricas. Las pinturas murales resultan casi siempre más agradables si la luz es intensa y el color grisado.

Los psicólogos nos dicen que los diferentes colores nos afectan emocionalmente. Algunos pueden agradar y otros irritar; con respecto a otros somos prácticamente alérgicos mental y físicamente. Los rojos y amarillos parecen excitar. Los verdes, azules, grises, lavandas y púrpuras son más calmantes y tranquilizadores. Quizá los colores tranquilos y apacibles de la naturaleza contribuyen en mucho a descansar nuestros nervios sobreexcitados, cuando tomamos unas vacaciones en el campo. Combinando colores excitantes con una línea excitante (ver Primera Parte), y colores suaves con una línea suave, se obtiene perfecta coordinación de línea y color. Para las cosas permanentes la naturaleza elige colores grisados tonales: grises, pardos, tostados, verdes. El color brillante es siempre efímero. Está reservado a las flores, los cielos, los crepúsculos, los insectos, la gloria del otoño, las frutas y las plumas, cosas que no duran largo tiempo. Esta es una de las grandes verdades del arte.

Pensemos, por lo tanto, que el color posee emoción. Tratad un tema vivaz con colores vivaces, a una muchacha en esquíes dadle una pincelada de rojo. Si se trata de dos enamorados a la luz de la luna, dejad que el color se manifieste en azules, verdes, rosados y violetas. Si queréis paz y tranquilidad haced predominar los tonos grises. ¡Imaginaos la "Madre" de Whistler pintada en rojo o en amarillo brillantes! Deteneos a pensar cómo os afecta el color. Pensad en los verdes oscuros, los negros azules y los grises de un día nublado en medio del océano; en los frescos verdes de la primavera y el rosado de los capullos después de un invierno largo y frío; en el color dorado del trigo maduro, en la gloria plena del sol resplandeciente después de una lluvia. Pensad en el rojo esplendor del metal incandescente y el vivo amarillo de un leño encendido. El azul, el gris y el violeta, como las sombras sobre la nieve blanca, son fríos.

Por lo general no puede pintarse un cuadro utilizando solamente un lado del espectro. Necesitamos los colores cálidos para equilibrar a los fríos, y viceversa. Si bien unos u otros pueden predominar, observamos que los unos son realzados por los otros. En el campo del color, pues, el juego de los cálidos contra los fríos es el origen del atractivo. Esto no quiere decir que deba colocarse el más cálido contra el más frío o reunir los extremos de los complementarios, sino, más bien, variar el matiz de un color cuando éste se acerca a un área de otro color. Por ejemplo, dentro de un amarillo que de otra manera sería uniforme puede introducirse un juego de delicados tonos rosa, verdes, anaranjados pálidos, y aun azules y lavandas, obteniéndose resultados de gran encanto. Esto no quiere decir que debáis pintar manchas coloreadas sobre toda el área ocupada por otro color. El valor agregado debe armonizar estrechamente con el valor del tono original, y el color ser manejado sutilmente. Un exceso de color complementario tenderá a mudar el color básico. Si se exagera, la pureza del color desaparecerá, transformándose en tonos pardos o fangosos. Se puede armonizar colores semejantes con maravillosos efectos, verdes cálidos con verdes fríos, rojos cálidos con rojos fríos, etc. Mantened los colores en buena relación de vecindad, como en el espectro, y no se viciarán unos a otros. Esta es una de las razones por las cuales el círculo espectral tiene un aspecto tan fresco y brillante; la transición de un color a otro es gradual.

A propósito de transición, existe lo que se llama color de transición. Se obtiene colocando en los bordes que separan dos áreas de color colores que normalmente están entre dos de la rueda del espectro. Suponed que tenemos en un mismo cuadro un área roja, y otra contigua, amarilla brillante. El borde del rojo deberá ser pintado de color anaranjado en su confluencia con el amarillo. Así la transición de un color a otro, en vez de ser abrupta posee gran belleza.

El color ofrece las mayores oportunidades a vuestra capacidad creadora y a la expresión de vuestros sentimientos individuales. No hay ninguna ley que determine lo que debéis hacer. Yo sólo os sugiero lo que *podéis* hacer.

EL COLOR EN EXTERIORES E INTERIORES

El color de los exteriores se diferencia del de los interiores principalmente en el aproche básico. En exteriores, la luz es cálida, especialmente hacia el atardecer. El cielo azul que se refleja en las sombras las hace generalmente más frías que las luces. De modo que en los exteriores el efecto pictórico está dado principalmente por luces cálidas y sombras frías. Ahora bien, en los interiores, iluminados por la claraboya del estudio, abierta por lo general hacia el norte, de donde procede la luz más pareja y constante, puede afirmarse lo contrario. Como la habitación está iluminada por el frío azul del cielo, las luces son frías y por contraste las sombras parecen cálidas. Ni en un caso ni en otro, sin embargo, es posible establecer reglas invariables, pues en ciertas ocasiones una luz solar blanca y resplandeciente puede parecer bastante fría contra sombras en las que se refleje una considerable cantidad de luz del suelo. Y por otra parte, en los interiores, podemos realmente obtener la luz del sol o un reflejo de otras fuentes cálidas. De manera que lo único que podéis hacer es seguir el color cálido y el frío tales como los veis y como sentís que son.

Podemos adoptar la idea general de que las luces cálidas y las sombras frías dan un "efecto de exteriores", mientras que la combinación opuesta da un efecto de interior. Lo principal es no pintar a una muchacha en la playa con colores que parezcan tomados de un interior. Ni pintarla en un interior con sombras azules frías. Si tenéis un exterior, un rápido estudio de color al aire libre os ayudará mucho a realizarlo. No hay mejor manera de apreciar la diferencia entre un exterior y un interior.

Para ser buenos ilustradores, deberéis establecer en vuestro trabajo esta diferencia entre las calidades de vuestro color. Si el tema o incidente que queréis pintar se desarrolla al aire libre, le daréis mucha más convicción y sentimiento si usáis los colores adecuados.

Para dibujar o pintar o aun fotografiar temas nocturnos debe emplearse siempre luz artificial. El efecto de la luz artificial es muy distinto al de la luz diurna solar. La luz nocturna da un fuerte contraste de luz y sombra, y este contraste debe ser llevado al color conservando la relación adecuada de los valores. Un tema nocturno con sombras diáfanas, claras y transparentes, es falso y nada convincente. Los temas nocturnos de interiores tienden a los tonos cálidos, con un efecto de calidez casi total. Los temas nocturnos de exteriores pueden tener luces cálidas, con profundos azules y púrpuras en las sombras, salvo donde esas sombras reciben una luz refleja cálida. La luz de lámparas y hogueras es incuestionablemente cálida.

Hay demasiados ejemplos de ilustradores que no prestan atención alguna a esta fase del color, lo que los perjudica a ellos como artistas y al público que no reacciona de la manera deseada. Debe recordarse que el color ejerce un efecto psicológico sobre el lector, que éste puede advertir conscientemente o no. Inconscientemente el lector percibe la diferencia de color que debe haber entre un exterior y un interior, aunque nunca se haya detenido a analizarla. No es difícil probar la realidad de esa diferencia. Un artista no tiene más que pasarse la tarde de un domingo pintando al aire libre para convencerse de que afuera el color no se parece en nada al color que ve en su estudio. Pero si ignora esto es probable que cometa los mismos errores durante el resto de su vida.

La luz solar tiene dureza, no sólo de luz y sombra, sino también de color, en el juego del cálido y el frío. La luz de estudio es suave, se opera en ella una suave fusión de la luz y la sombra; es conveniente salir al exterior para apreciar la diferencia. En los interiores, el color es el color local de los objetos. Al aire libre, sin embargo, aun los objetos grises, como un viejo granero carcomido por el tiempo, están llenos del color del sol, del cielo, y de la calidez refleja, amén del color que tienen de por sí. En un interior las rocas jamás podrían parecerse en color a las mismas rocas vistas en el exterior, a menos que fuera en un día nublado.

El color puede ser falseado, pero en este caso se lo debe comprender y trabajar inteligentemente, porque de lo contrario se convierte rápidamente en un revoltijo. Hay muchos artistas que, aparentemente, han obtenido una fórmula del color: este color para la carne, éste para la sombra, y así sucesivamente. Nada podría ser más erróneo. Cada tema tiene su propio aspecto, desde el punto de vista del color, y la única manera de alcanzar la verdad es extraerla del tema mismo. Si nos vemos obligados a crear artificialmente el color partiendo de una fotografía en blanco y negro, no podremos nunca hacerlo bien a menos que hayamos observado mucho y muy detenidamente los colores de la vida y la naturaleza.

COMO EXPERIMENTAR CON EL COLOR

Adquirid la costumbre de realizar pequeños bosquejos antes de iniciar la realización final, con colores, de cualquier tema que elijáis. No es necesario que vuestros bosquejos tengan más de tres o cuatro pulgadas de ancho. Para estos trabajos de ensayo es preferible pintar cada área con colores simples antes que realizar combinaciones complicadas. Pintad varios bosquejos relacionados con el tema que habéis elegido. Lo mejor es hacer tres o cuatro de estos bosquejos. En uno de ellos ensayad un plan de color tonal, o todos los colores conteniendo un poco de un solo color. A manera de experiencia ensayad uno o dos de los grupos de colores. Tratad de reducir todos los colores con un poco de gris o de negro dejando solamente una o dos áreas en color puro. Podéis hacer un esbozo de gran intensidad (ver Segunda Parte), o uno más claro y diáfano, según el tema. En la ejecución de estos ensayos un exceso de acabado y detalle equivale a pérdida de movimiento. Lo que debéis hacer es estudiar el color y los valores generales; no carguéis con un exceso de trabajo dedicado a la forma y al dibujo.

Una vez realizados vuestros proyectos colocadlos en hilera y retiraos varios pasos. Decidid entonces cuál de ellos es el que mejor resuelve vuestro problema. Si estáis indecisos entre dos de ellos, elegid el que mejor se vea desde lejos. Cuando el efecto de un pequeño boceto visto a la distancia es bueno podéis estar seguros de que habéis elaborado el elemento más importante de vuestro cuadro. La realización final, de mayor tamaño, también se verá bien, si os atenéis en todo lo posible a vuestras masas y al simple enunciado. Si vuestro trabajo final, una vez reproducido, debe ser inscrito en una página blanca, o rodeada por márgenes blancos, deberéis dejar espacio para éstos en vuestro bosquejo. Al hacer un boceto para una ilustración de historietas, deberéis dejar en el lugar apropiado manchas de color gris que simulen el texto o inscripción que acompaña a la historieta. Cuando hagáis un bosquejo para un anuncio de revistas deberéis sugerir aproximadamente la ubicación y forma general de los títulos, textos y nombre del artículo, etc. De esta manera obtendréis en vuestro trabajo en miniatura un efecto de conjunto, que os puede evitar muchos disgustos en la realización final.

Las ilustraciones que llegan hasta el borde de la página, sin márgenes, deberán ser realizadas contra tonos oscuros, puesto que el espacio exterior en el borde de la página de la revista es en la mayoría de los casos oscuro. También están sujetos a este aproche los bocetos para exhibiciones litográficas, puesto que más a menudo son colocados contra tonos medios u oscuros que contra tonos claros. El letrero para exteriores tiene siempre un margen blanco.

La obtención de este efecto de conjunto no deberá llevar más de unos pocos minutos de trabajo para cada bosquejo. Y aun cuando paséis unas pocas horas planeando el color, los resultados os compensarán suficientemente. Un artista que planea su tema de este modo y trabaja con verdadero entusiasmo, ciertamente dejará su huella en ese trabajo. Abordar la realización final de un trabajo sin estudio previo, con dudas o recelos, con curiosidad acerca de los resultados que podría producir otro aproche, y aun pensando que si un efecto os desagrada podréis cambiarlo sobre la marcha, es el método seguro de producir un trabajo recargado y falto de inspiración.

En la página siguiente podéis observar una página de bocetos preliminares de color, un poco más avanzados que los bocetos originales. Esta vendría a ser una segunda etapa. Un desarrollo de la primera concepción. Mi idea era pintar algunas pequeñas figuras bajo el mar, y habría podido elegir cualquiera de ellas para el trabajo final. Como observaréis, no me limité literalmente a hacer un esbozo. En realidad, hasta me pregunto si el pequeño bosquejo no es casi mejor que el trabajo final. En la Parte Segunda de este libro encontraréis el estudio al carbón de la figura.

No hay nada tan desalentador como el que os devuelvan un tema para que "abrillantéis su colorido", después que os habéis esforzado hasta el máximo, y habéis empleado toda la suma de vuestros conocimientos para darle precisamente esa cualidad de brillantez de que carece. En la mayoría de los casos el color apagado se debe a una falta de planeamiento del colorido. Esta es la verdadera ventaja de los bosquejos. Habiéndolos realizado, sabéis cuál de ellos dará resultado y cuál no. Podéis cambiar vuestros bocetos a voluntad, pero al encarar la realización final debéis estar decididos. Nadie puede estar seguro de un efecto de color hasta que lo ha logrado y lo ha mirado. A menudo las recomendaciones y fórmulas suenan maravillosamente, pero en la práctica el resultado es desastroso. Si vuestra concepción no puede cuajar en obra valedera, descubridlo de antemano para buscar el remedio.

BOCETOS EXPERIMENTALES EN COLOR



TEMA EN COLOR SACADO DE FOTOGRAFIA EN BLANCO Y NEGRO



EN QUE CONSISTE EL ENCANTO DEL COLOR, Y COMO DISTINGUIRLO

El atractivo del color emana de diversas fuentes. Yo antepondría al gusto personal el conocimiento técnico del color. Lo primero y más importante que debe tenerse en cuenta es la relación de los colores, que creo ha sido bien explicada aquí. Después viene el gusto personal. En materia de colorido, el gusto parece evolucionar desde la más extrema crudeza a las más sutiles gradaciones del color. Empezamos como niños, enamorados del rojo, el amarillo y el azul brillante, de los primarios, como es lógico, porque estos colores llaman más la atención que los grisados. Después empezamos a apreciar los tintes puros, o los primarios diluídos con blanco. De la misma manera una niña empieza a gustar de los rosados, los amarillos y los azules pálidos para sus vestidos y las cintas de su cabello, mientras un niño se atiene todavía a los colores violentos; quiere que sus tricotas sean de color rojo vivo y, en general, prefiere los azules, los verdes y los negros. Pero también le gusta la pequeña chica rubia con sus tonalidades de pastel. La segunda etapa en el desarrollo del gusto implica la "asociación", es decir la elección del color adecuado a un propósito. El niño usará una tricota roja pero no un traje rojo; ahora quiere telas moteadas. Colores tostados o pardos o azules oscuros. La niña por su parte, quiere telas escocesas o listadas, o floreadas, algo que tenga más de un color.

En la evolución del gusto intervienen las características individuales. A una persona alegre le agradarán los colores alegres. Un individuo reposado y sombrío se expresará en colores grisados o neutros. Pero admitiendo que no todos somos completamente alegres, ni absolutamente sombríos, cada uno encuentra el lugar que lógicamente le corresponde.

De manera, pues, que el encanto del color proviene de una adecuada selección, realizada teniendo en cuenta su propósito y el medio circundante. Creo que la mayoría de las transgresiones al buen gusto en materia de color surgen de un desconocimiento técnico de la aplicación y asociación de los colores.

El color sólo es malo, por lo general, cuando está "fuera de lugar". Es decir, simplificando las cosas, cuando está disociado y sin relación con lo que lo rodea. El mismo color que en ciertas condiciones nos parece desagradable puede tornarse hermoso si se le busca una adecuada relación, ya sea alterando los colores que lo rodean o efectuando un pequeño ajuste en el mismo color. Un color debe ser complemento (aunque sea aproximado) del fondo, o bien contener los ingredientes que en mayor o menor cantidad se encuentran a su alrededor. Esta es la base misma del buen gusto.

Suponed que una persona dice: "Me gusta el rojo brillante". Eso de ninguna manera indica que tenga mal gusto. Pero si esa persona dice: "Me gusta el rojo puro con el amarillo puro y el azul puro", demostrará que su sentido del color está muy poco desarrollado. Cualquiera de esos tres colores puede ser hermoso en un jardín de flores, por ejemplo, porque está *compensado por el color del medio circundante.* Pero si se los coloca a los tres juntos, resultan crudos y completamente disociados. Si la brillantez de un color nos agrada, eso indica simplemente que lo estamos viendo en el lugar que verdaderamente le corresponde, es decir dentro de un adecuado marco de otros colores. Si, por el contrario, nos parece desagradable, el mal está en el marco que lo circunda, no en el color mismo. El color brillante en sí nada tiene de malo, a todos nos agrada. Pero no pintamos nuestras casas del color que nos gusta en las flores, ni elegimos para un traje el mismo material que para una corbata. Un automóvil rojo nos agrada, pero el rojo de la sangre nos repele instintivamente. Un clavel rojo nos encanta, pero la ropa interior de franela roja nos parecería abominable.

Aprended a confiar en vuestros sentimientos instintivos con respecto al color. Si no os gusta un color, trabajadlo hasta que os guste. Grisadlo, entonadlo, cambiadlo, transformadlo en un tinte, cambiad el valor. Si el color es puro, y a pesar de todo no os parece bastante brillante, pensad que no podréis abrillantarlo más en sí. Pero podéis grisar los colores que lo rodean hasta darle una brillantez relativa.

El encanto del color no reside siempre en la brillantez. A veces reside en su calidad de apacible, en sus variaciones, en repeticiones sutiles, en su modestia. El atractivo del color es como el atractivo de una persona. Una persona gritona y estrepitosa difícilmente es atractiva, pero una persona atractiva puede poseer fuerza y capacidad de convicción en la situación apropiada. He observado que quienes poseen mal gusto en otros aspectos de la vida lo tienen también, invariablemente, respecto al color. Los que prescinden de toda dignidad y toda convención, interrumpen las conversaciones y, en general, llevan una vida desorganizada, pintan con colores acordes con esas características.

¿DEBEMOS ELIMINAR EL NEGRO DE NUESTRA PALETA?

Creo que el uso del negro en la paleta depende de la habilidad del dibujante. No es posible establecer una regla que lo recomiende o lo proscriba. Cuando vuestro cuadro sea reproducido, podéis estar seguros de que en el resultado final el negro jugará un papel importante. Usado inteligentemente como agente entonador, pueden obtenerse con él resultados maravillosos. Pero su mal empleo ciertamente produce un efecto opaco, sin vida.

Debemos comprender primero que, en teoría, el negro representa la oscuridad y pérdida de brillantez. Por lo tanto, pertenece más a la sombra que a la luz. Pero aun en la luz puede haber algo de gris, y empleado ahí, su fin es atenuar el color demasiado insistente, silenciándolo, por así decirlo, y relegándolo a un plano de menor importancia. Muchos excelentes pintores han empleado el negro de esta manera con gran éxito. Hay quienes dicen que el negro no existe en la vida y en la naturaleza. Eso es cierto cuando se habla del negro como color. Pero la falta del color, el gris y la oscuridad son cosas que *sí* existen en la naturaleza. Decir que el negro no existe equivale a afirmar que la sombra y la oscuridad tampoco existen. Si los colores que buscamos fueran en realidad los que salen de nuestros tubos, las cosas se simplificarían. Pero un tubo de pintura difícilmente nos da el color, el valor o el tono que necesitamos. En pintura la subordinación tiene tanta importancia como la brillantez.

El peligro mayor del negro en manos del novicio, es que éste construye el valor con negro y agrega un poco de color. Esto produce un efecto semejante al que produciría una pincelada de acuarela transparente sobre una fotografía en blanco y negro. El resultado es que todas sus sombras son negras, y que el negro lo invade todo. El buen uso del negro consiste en no permitir nunca que prevalezca sobre el color que debe entonar o que le haga perder su identidad. En la sombra debe haber algo de color, aun cuando sea de valor muy reducido. Es difícil llevar los colores cálidos a una sombra profunda mediante el negro, puesto que la mezcla con el negro puede producir cierta frialdad. En ese caso deberá añadirse al negro un siena tostado. Sin embargo, observaréis en vuestra rueda espectral que el oscuro de valor más bajo parece ocupar su sitio sin un cambio demasiado brusco de color.

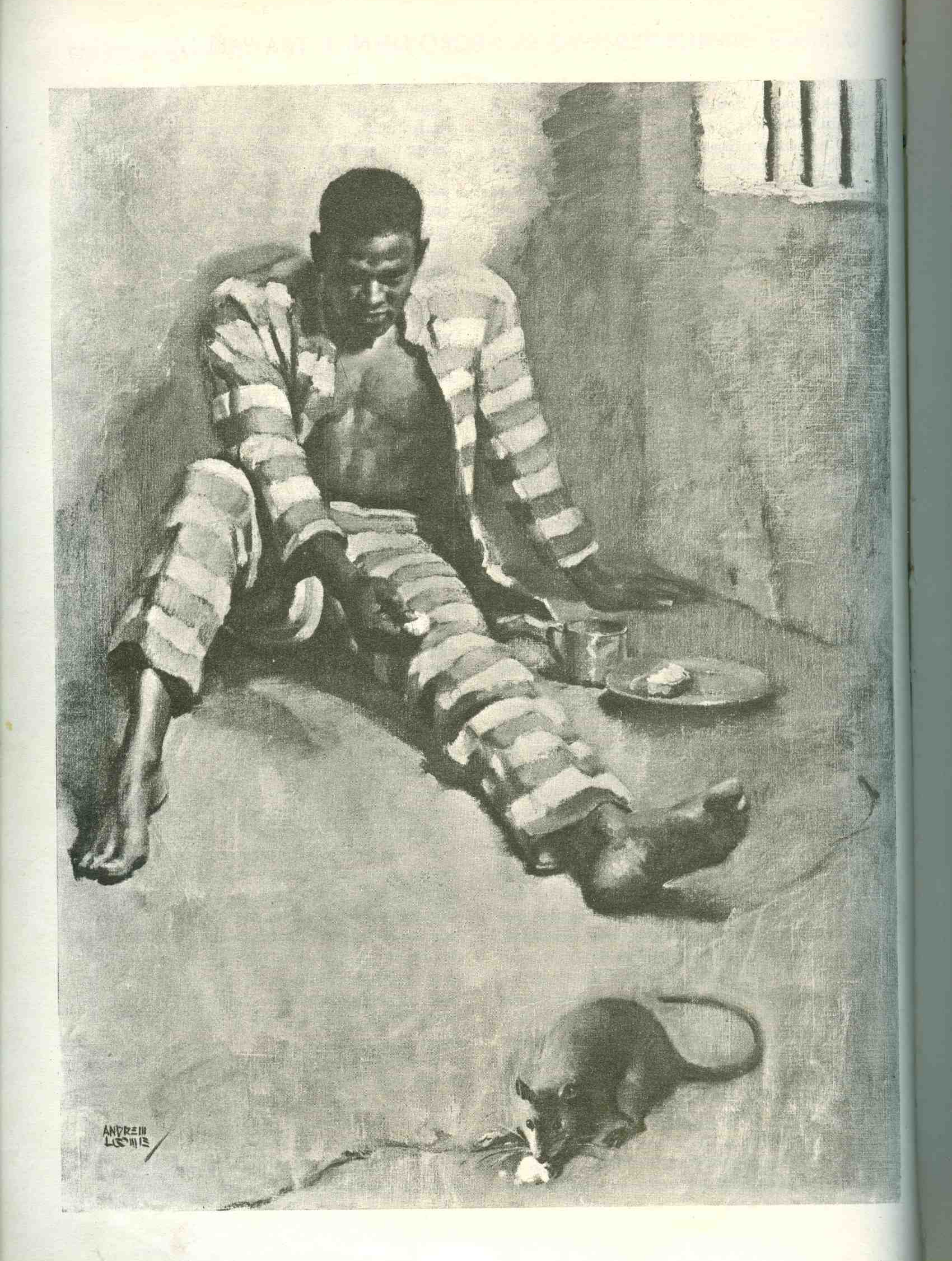
No es mi intención en este trabajo entrar en controversia con los teorizantes del color puro. Creo que en arte debemos estar en libertad de seguir los dictados de nuestra visión y nuestro sentimiento, y si a nuestro juicio podemos obtener mejores resultados con el negro que con otra combinación cualquiera, no hay motivo para que no lo utilicemos. Por otra parte, si el empleo del negro, después de una experiencia razonable, perjudica vuestros esfuerzos, eliminadlo sin vacilación y substituidlo por otra combinación que os dé mejores resultados.

El negro, considerado como oscuridad, y no como color, no es en realidad otra cosa que el extremo opuesto de considerar nuestro blanco como luz. Los teóricos del color no pueden eliminar el blanco si quieren obtener los valores necesarios. Si pueden producir los negros con otros colores, magnífico; pero, a pesar de todo, siguen empleando el negro, ya sea obteniéndolo ellos mismos por mezcla, neutralizando colores intensos entre sí, o aceptándolo ya mezclado. La única ventaja de producir los tonos más oscuros mediante mezcla de colores es que podemos llegar a los valores más bajos sin necesidad del negro. Pero, de todas maneras, si el color es lo bastante oscuro parecerá negro. Yo utilizo ese procedimiento siempre que es posible, pero sigo usando el tubo del negro como agente entonador para bajar el valor de un color; de esta manera es posible retener en mayor medida la identidad de un color, que si se lo mezcla con otro color.

Lo importante no es cómo lo hagáis, sino que podáis hacerlo. Si podéis reducir un color sin transformarlo en otro distinto, si podéis introducir un color dado en la sombra sin que deje de ser ese mismo color, cualquier procedimiento que empleéis para lograrlo es bueno.

Lo que no podéis hacer es utilizar como sombra el color puro intenso, y luego simplemente diluirlo con blanco para las áreas iluminadas. Con este procedimiento, vuestro color será siempre falso y barato. Saber entonar un color hasta obtener ocho valores distintos es ciertamente una parte importante de vuestro bagaje de conocimientos pictóricos y ejercerá mucha influencia en vuestro éxito o fracaso como colorista.

El color de la naturaleza es el más hermoso, si sabemos verlo y comprenderlo. Acudid a esa fuente, si queréis expresar la verdad tal como la veis. Es decir que vosotros desempeñáis el papel principal en el desarrollo de vuestro sentido del color. Ocupémonos ahora de otras cualidades importantes de los buenos cuadros.


ANDREW LOOMIS

CUARTA PARTE

Narración

LOS CINCO ELEMENTOS ESENCIALES

1. Visualización.
2. Dramatización.
3. Caracterización.
4. Composición.
5. Embellecimiento.

¿QUE ES LA ILUSTRACION?

No hay mejor manera de abordar un trabajo que tener una clara comprensión de lo que se espera que uno haga. ¿Cuál es la misión de un ilustrador, para qué se lo necesita? Comprendamos que la función primaria de la ilustración es realizar la interpretación gráfica de una idea. La idea que se quiere interpretar debe ser cuidadosamente visualizada. De esta manera es posible dar visos de realidad a una idea totalmente abstracta. En consecuencia, es difícil considerar como ilustración a un cuadro sin una idea o propósito definidos.

El principio, pues, de toda ilustración, es en realidad un proceso mental, realizado por alguien, un autor, un argumentista, o el mismo artista. Se transmite al artista una imagen mental, o bien él mismo la suscita en su propia imaginación. Con su conocimiento de la forma, la luz, el color y la perspectiva, él es el único entre todos que puede realizar la interpretación gráfica, por más que la idea aparezca muy clara en la mente de los demás. La verdadera función del ilustrador, por lo tanto, es captar esa imagen, o crearla por sí, y darle vida llevando a cabo la idea. El ilustrador se subordina a la idea, pero le presta su habilidad creadora al llevarla a la práctica. Es importante que todo joven artista que recién se inicia en el campo de la ilustración comprenda que su trabajo es en realidad un trabajo de cooperación. La mayoría de los ilustradores de éxito realizan todos los esfuerzos posibles por cooperar y hacer sentir a aquellos con quienes trabajan que los mueve el deseo de cooperar. Esto tiene mucha importancia para vuestro éxito como ilustradores.

LAS TRES CLASES DE ILUSTRACIÓN

El campo de la ilustración puede dividirse en tres amplias zonas. En cualquiera de ellas puede ser necesario vuestro esfuerzo, de manera que debéis estar preparados.

La primera clase de ilustración es la que narra la historia completa sin necesidad de título, texto ni inscripción alguna que sirva de guía. Este es el tipo de ilustración que encontraréis en las tapas de revistas, en los letreros que usan sólo un nombre de fábrica, en las sobrecubiertas de libros, exhibiciones o almanaques. Vuestro cliente depende enteramente de vosotros para la expresión de la idea o para despertar la reacción deseada. Vuestro trabajo debe encargarse por sí solo de eso.

La segunda clase de ilustración es la que ilustra un título, o que visualiza y expresa gráficamente un estribillo, un *slogan* o cualquier mensaje escrito destinado a acompañar el cuadro. Su función consiste en dar mayor fuerza a ese mensaje. A este grupo pertenecen las ilustraciones con texto pequeño, que debe ser leído en un tiempo limitado, tales como letreros, tarjetas de propaganda, anuncios de exhibiciones y revistas. La narración y el cuadro obran conjuntamente, como una unidad completa.

La tercera clase de ilustración es aquella en la que la narración contada por el cuadro en sí es incompleta; su intención evidente es despertar la curiosidad, intrigar al lector, para que éste encuentre la respuesta en el texto que la acompaña. Son, en suma, esa clase de ilustraciones que parecen decir: "Entérese", o "Adivine". Muchos anuncios obedecen a este plan, para asegurar la lectura del texto. Si la "historia" estuviera expresada completamente por la pintura, el plan podría fracasar en sus propósitos, ya que sería posible que se omitiera leer el texto. Desgraciadamente, esto es lo que ocurre a menudo, debido a una defectuosa concepción del cuadro. Pueden transcurrir tres cuartas partes de una historia antes de que la heroína caiga en brazos del héroe, pero si el lector se entera inmediatamente, a través de la ilustración, de este resultado feliz, se arruina el propósito del autor de mantener el suspenso. Vuestro cuadro puede estar muy bien realizado, pero carecer de todo valor, desde el punto de vista ilustrativo, si deja escapar el desenlace antes de tiempo. Un artista debe recordar esto, y reconocer la necesidad de la cooperación entre él y el argumentista. Una ilustración que habla demasiado es tan indeseable como una persona en el mismo caso.

En toda manifestación artística, los diversos elementos que la componen actúan de común acuerdo; todos los elementos esenciales para contar la historia pictóricamente se combinan y dependen unos de otros. Es difícil separarlos por completo, de manera que los examinaremos en líneas generales primero, y después con mayor detalle.

ELEMENTOS ESENCIALES DE LA NARRACION

VISUALIZACIÓN

La visualización es el proceso de construir una imagen concreta partiendo de una abstracta. Primero debemos procurar entrar en posesión de todos los hechos, y después embellecerlos con nuestra propia imaginación. Después de haber establecido a cuál de los tres grupos anteriormente mencionados pertenece la ilustración que debemos realizar, averigüemos el fin y propósito de lo que vamos a hacer. Discernamos cuál será el estado de ánimo, cuál la atmósfera que emanará de nuestro tema. ¿Es un tema feliz? ¿Debe expresar acción, violencia, actividad, vitalidad? ¿O debe ser tranquilizador, reposado, apaciguador, consolador, o sombrío tal vez? Nuestras decisiones subsiguientes relativas a la interpretación dependerán en mucho de la determinación o delimitación que hagamos de la idea central. Debéis leer o comprender la historia en su totalidad antes de ensayar nada. Descubrid cómo son los personajes, el escenario, los accesorios generales y los trajes. Con esto no hacéis otra cosa en realidad que preparar el tablado para vuestra representación, y buscar los personajes que desempeñarán los diversos papeles. ¿Cuál es la mejor manera de narrar la historia: mediante el ambiente y los personajes, o mediante los gestos y la expresión facial tomados en un enfoque de primer plano, con poco fondo? En la ilustración moderna los personajes vienen primero y el escenario después. Podéis empezar a trabajar en pequeños bocetos, representando las ideas que se os ocurran. Aun no emplearéis modelos, primero es necesario que averigüéis qué haréis con ellas cuando las tengáis.

DRAMATIZACIÓN

Por lo general hay una manera dramática de narrar la historia, pero es necesario descubrirla. Es probable que la primera idea que se nos ocurra no sea más interesante que la que se le ocurriría a cualquier otro. Para narrar la historia de un modo diferente, no aceptéis en seguida lo obvio. Si la historia en sí no es interesante, tal vez puede dársele cierto atractivo mediante las poses o los gestos, la sugestión y las expresiones. Podéis colocaros frente a un espejo y representar la escena que queréis pintar, como lo harían los verdaderos protagonistas de la misma. Una interpretación pasiva de vuestros personajes, en la que no pongáis emoción, difícilmente provocará una reacción que no sea también pasiva. Cada personaje deberá ser todo lo interesante que sea posible, y su acción debe planearse de antemano. Ejecutad algunas poses esquemáticas, buscando los gestos adecuados, y tratad de razonar la acción de cada personaje en relación con los demás, así como la posición sobre el piso o contra el escenario, como podríais verlo en una buena representación teatral o en una película. El pintor debe ser, en el fondo, un actor, si quiere que sus personajes actúen en sus cuadros.

El nivel visual elegido determinará en gran medida el efecto dramático. ¿Debemos contemplar los personajes desde abajo, desde arriba, o desde un mismo nivel? Debéis calcular el espacio para vuestros personajes, y hacerlos entrar en un buen diseño. Recordad que cada personaje debe tener una pose individual y diferente. Si podéis evitarlo, no deis a dos personajes áreas iguales dentro de vuestra composición. No los apretujéis dentro de la composición, ni dejéis un espacio en blanco en el centro con las figuras a los costados. El área central del cuadro es, pictóricamente, el sitio de honor, y siempre que sea posible debe estar ocupada por el personaje más importante.

El drama es algo que se siente, no puedo indicaros cómo debéis hacer posar a una modelo. Ni vosotros desearíais que yo lo hiciera. La dramatización es esencialmente creadora, ella os da la oportunidad de expresaros con originalidad. Debemos comprender que para observar y apreciar con veracidad el drama de la vida, tal como se representa ante nosotros, debemos colocarnos conscientemente aparte, en posición de espectadores. Si nos introducimos demasiado en cualquier cosa, perdemos visión y perspectiva. El granjero no ve drama alguno en su rutina diaria, pero el escritor sí. Nellie, la vendedora de tienda, no comprende que es un personaje de un drama sutil, pero el escritor sí lo comprende. El drama se encuentra por doquier, y reside más en la naturalidad y la verdad que en la fantasía.

Vuestra posición es semejante a la del director cinematográfico. Suponed que os trazáis un pequeño plan del escenario en que se desarrolla la acción. Suponed que ésta se desenvuelve en una habitación. Colocad los muebles, las puertas, las ventanas, etcétera. Si habéis elegido un interior, dibujad también el plan de trabajo. Después, para lograr la "tónica" de la acción, colocad las figuras en los sitios más adecuados.

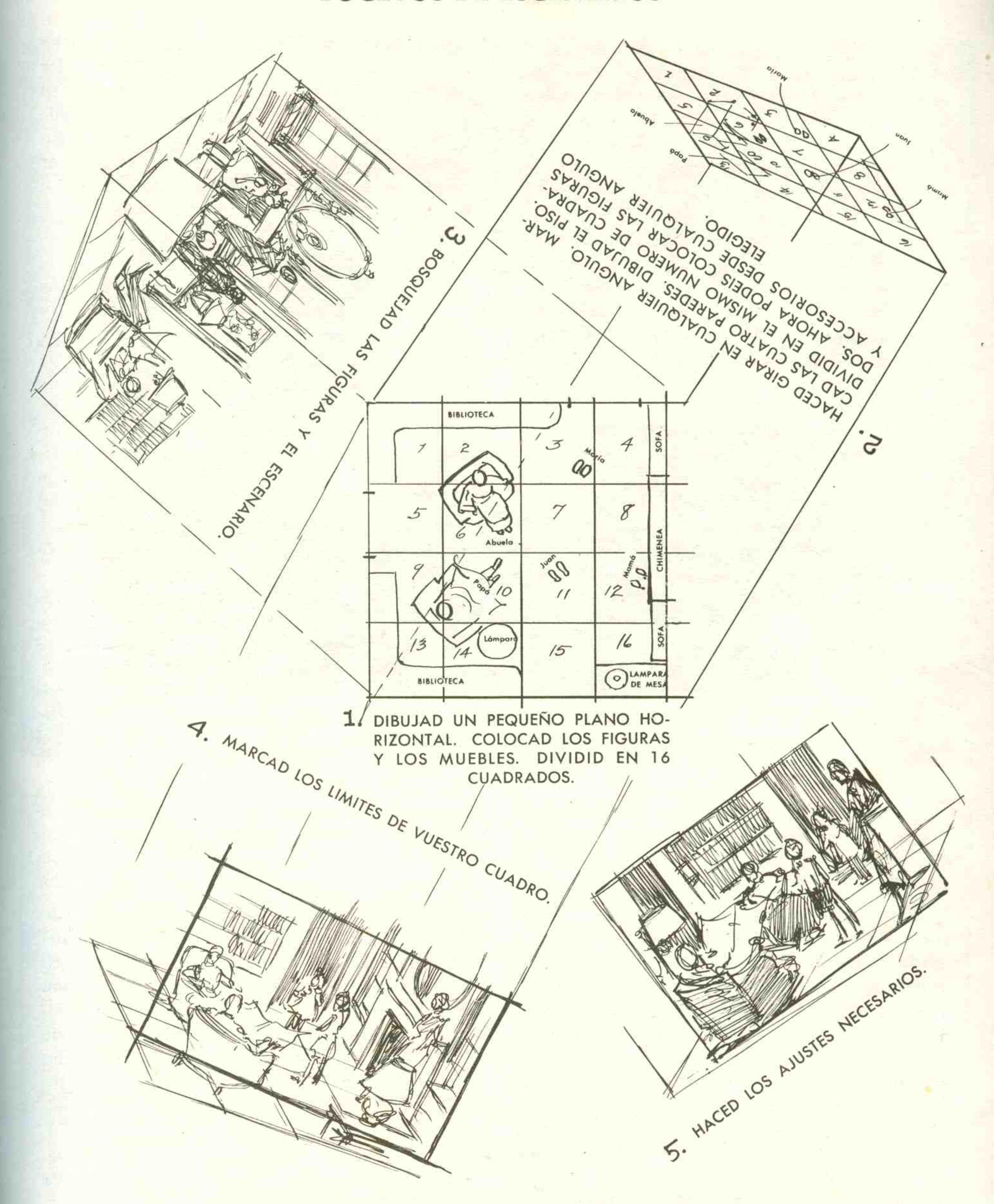
Podéis hacer girar vuestro plan del terreno hasta lograr el punto de vista que buscáis. Tal vez queréis captar un trozo de la chimenea, o ver un rostro desde cierto ángulo. En la página siguiente podéis observar el plan. Después podéis proyectar el plan del terreno, hasta obtener una pequeña perspectiva de los muebles, el interior y las figuras. Para estos pequeños esbozos no es necesario entrar en complicados detalles de perspectiva. Cuadriculando el piso podréis localizar las diversas unidades y elementos.

De la misma manera que el director cinematográfico, debéis determinar lo que él llamaría el "ángulo de cámara". Podéis intentar diversos ángulos y ver los resultados que obtenéis. Haced girar las cosas a vuestra voluntad, hasta encontrar una combinación que os agrade. Es interesante observar en una película cinematográfica cómo cambian constantemente la composición del escenario, la colocación de las figuras, la acción y los gestos. Las películas cinematográficas poseen en muy gran medida la clase de dramatización que buscáis vosotros. Pero si os limitáis a seguir atentamente el argumento y a observar los rostros, perderéis los beneficios que podéis obtener como ilustrador. Podéis estar seguros de que el director cinematográfico no permitirá que sus personajes se queden rígidos e inmóviles, esperando el pie de su interlocutor para recitar su parte. La espontaneidad y naturalidad con que los actores desempeñan sus papeles constituyen el cincuenta por ciento de la bondad de una película bien realizada. Observad lo que hacen los demás personajes mientras el protagonista juega su parte. Podéis agrupar a los personajes en unidades de diseño, para vuestra composición. Puede darse cierto énfasis a algunos personajes mediante contraste de valores, líneas que lleven a otros personajes, mediante el color o haciendo que las caras de los demás estén vueltas hacia ellos. Pero cada uno debe estar en una posición natural. Una muchacha puede estar sacándose los guantes o pintándose los labios, o quizá prestando atención al personaje principal. Un hombre puede ofrecer un encendedor para el cigarrillo de una dama, o servir un cocktail, cualquier cosa, menos permanecer rígido e inmóvil. El argumentista rara vez os dará los elementos de la dramatización, salvo la conversación y alguna insinuación sobre el escenario. Pero buscar esos elementos será un placer para vosotros, si acometéis la empresa con entusiasmo.

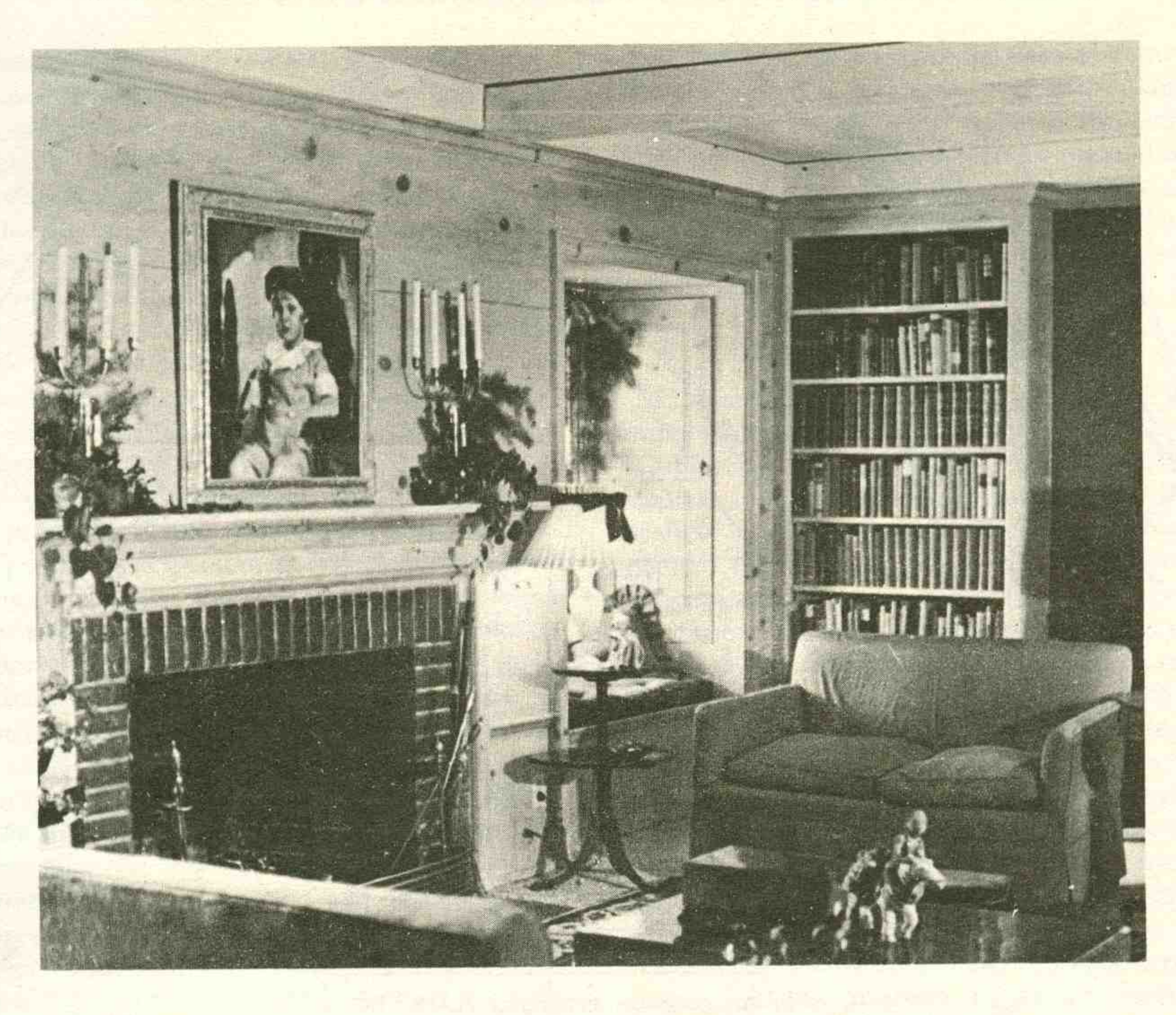
CARACTERIZACIÓN

El reparto de los diversos papeles es una tarea importante para el director cinematográfico; y también debe serlo para vosotros. Tratad de visualizar los caracteres de la manera más vívida posible. A veces quizá cambiaréis el carácter de vuestro modelo para adaptarlo al carácter de vuestra historia. Yo os aconsejo, por el contrario, buscar modelos adecuados para cada caso. Es demasiado fácil emplear la misma modelo dos o tres veces en el mismo tema; basta con cambiarla de morena a rubia, o ponerle otro vestido. Este parece el camino más corto, pero a la larga resulta costoso. Si, por el contrario, os preocupáis por obtener siempre una exacta caracterización, vuestro trabajo tendrá variedad, y, pasado el tiempo, cuando vuestros competidores, más cómodos, estén descartados, se recurrirá a vosotros. No creo en las ventajas de transformar en una matrona a una muchacha de dieciocho años, pintándole hebras grises en el cabello. La base principal de la caracterización reside en la obtención de materia prima con la que se pueda trabajar. ¿Cuál es el verdadero aspecto de la mano huesuda de una anciana? ¿Cómo se peina el cabello? ¿Cuáles son los diversos planos de la mandíbula de un típico jugador empedernido? Todas estas cosas no podéis inventarlas; si, por el contrario, las tomáis del natural, vuestro cuadro resultará mucho más convincente. Puede haber carácter en un viejo zapato, en un montón de objetos arrojados sobre una mesa; los accesorios pueden dar valiosas indicaciones sobre la vida del personaje. Si éste está cansado, rendido, las ropas pueden expresarlo. No temáis pintar arrugas y pliegues en los objetos. Que cada cosa esté naturalmente en su sitio, que resalte más la forma que la vestidura. Recordad el "encuentro y pérdida" de los bordes. Entrelazad la figura con el fondo en todo lo posible, para que el contorno no esté completamente definido en todas sus partes. (Ver Tratamiento de los Bordes). Esto quita dureza a las figuras de la composición. No déis igual importancia a todas las figuras.

BOCETOS DE ESCENARIOS



ESTE ES UN PROCEDIMIENTO SENCILLO Y PRACTICO PARA VISUALIZAR UN TEMA. PODEIS PLANEAR LOGICAMENTE EL ESCENARIO Y LA ACCION DE LAS FIGURAS, VISTOS DESDE CUALQUIER ANGULO.

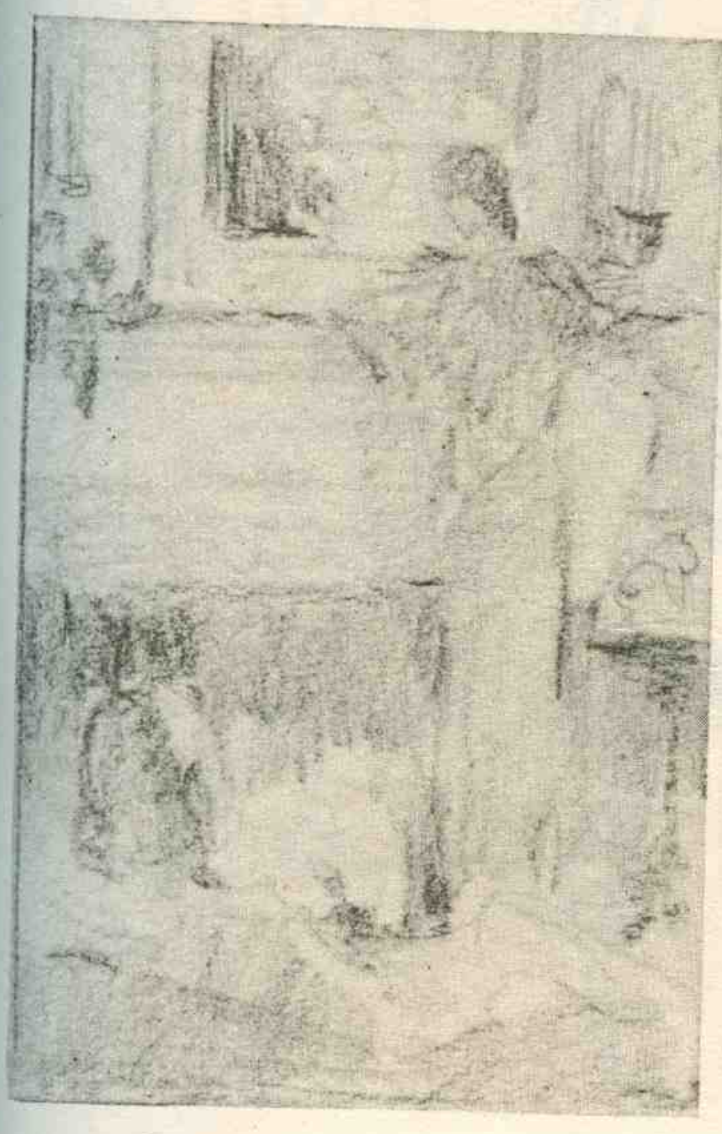


Este es un típico interior fotográfico, como los que pueden recortarse de cualquier revista ilustrada. Necesitaréis una hoja de papel de seda transparente. El objeto del trabajo que os sugiero es ayudaros a visualizar una situación sobre un papel de calcar. Podéis desplazar el papel de calcar y, teniendo en cuenta la perspectiva, desplazar de ese modo, si lo deseáis, el moblaje. No os sugiero, por supuesto, que hagáis una copia total de un material cuya reproducción está prohibida, pero, puesto que la revista se publica para darnos información e ideas acerca de la decoración de interiores, no hay motivo alguno para que no se la utilice como fuente de información y sugestión. Lo importante es que el dibujo no sea una copia total, un plagio. El dibujo de interiores con figuras es una excelente manera de practicar dramatización y colocación de figuras dentro de un escenario. Es necesario, claro está, tener en cuenta la perspectiva y la iluminación. Estudiando la iluminación de la fotografía, podréis iluminar los rudimentos de figuras de vuestros esbozos. A su debido tiempo, podréis iluminar a vuestros modelos con la misma luz de la fotografía, y ajustar vuestro nivel visual al ángulo fotográfico.

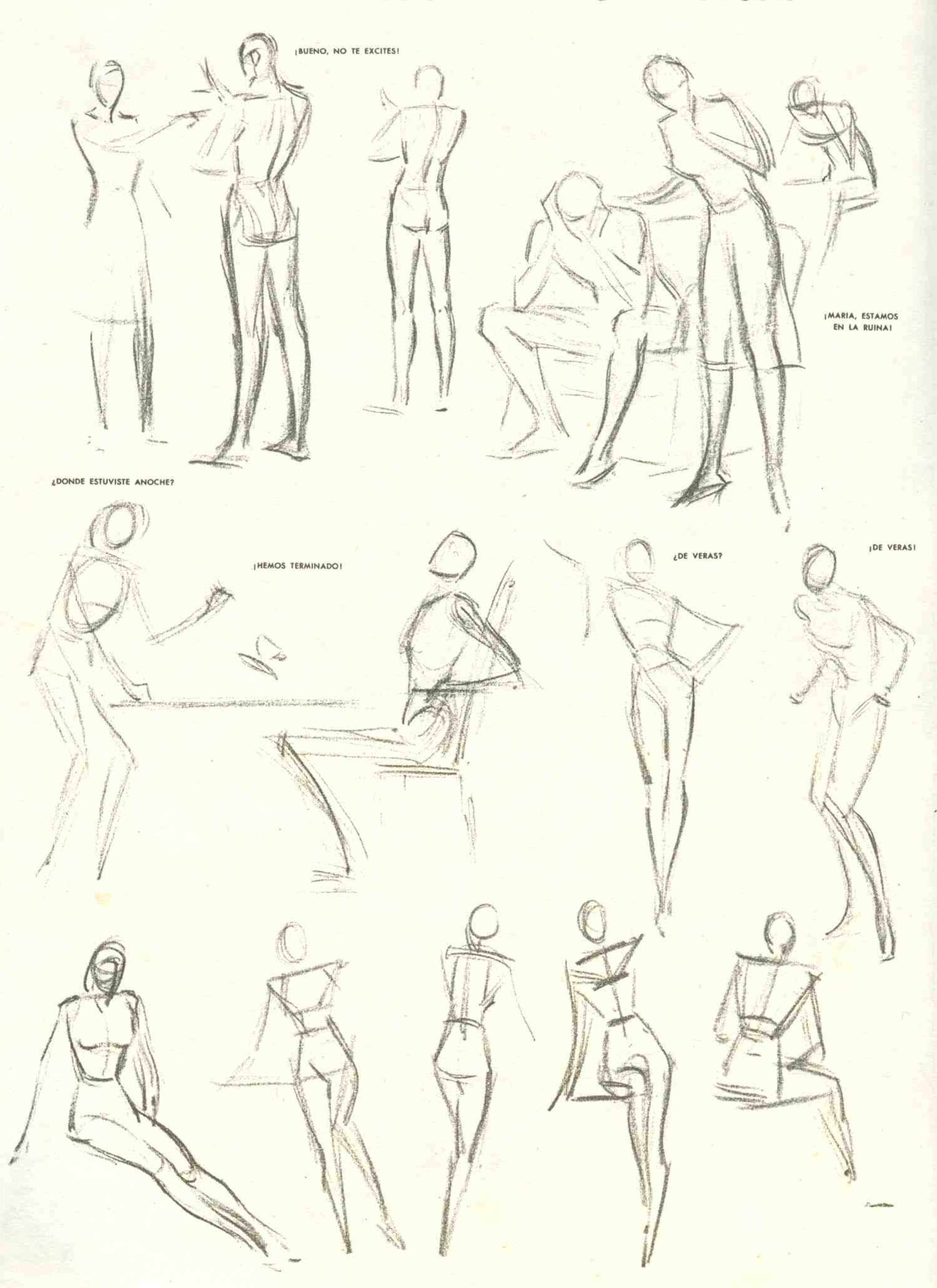
Si tenéis dificultad en la introducción de figuras con el solo auxilio de vuestra imaginación, os sugiero que estudiéis mi obra anterior EL DIBUJO DE FIGURA EN TODO SU VALOR [1], en el que he tratado de daros esta clase de información.

(1) Publicada por esta editorial.

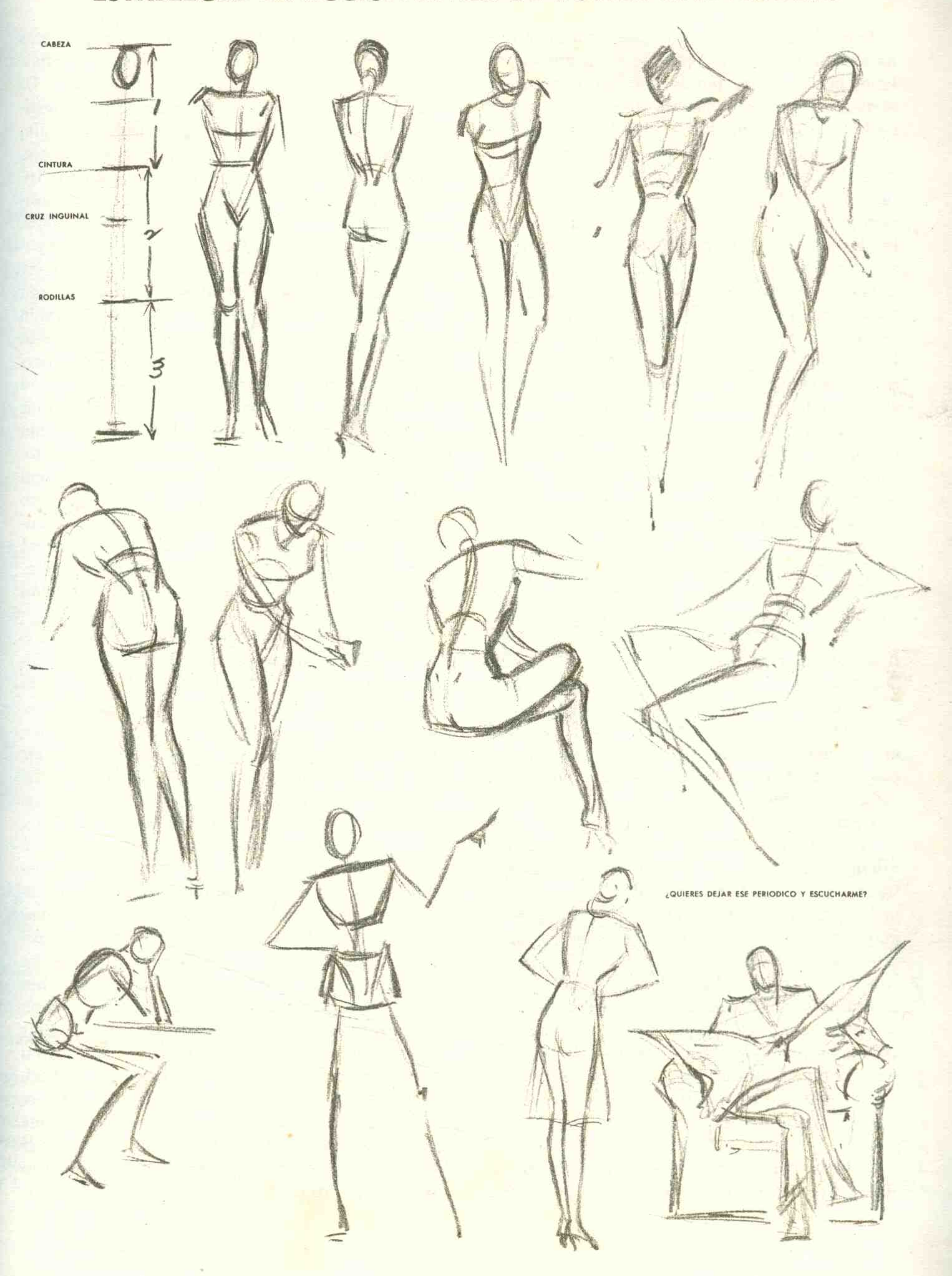
FIGURAS SUGERIDAS SOBRE PAPEL DE CALCAR






¡BUENO, NO TE EXCITES!
¡MARIA, ESTAMOS EN LA RUINA!
¿DONDE ESTUVISTE ANOCHE?
¡HEMOS TERMINADO!
¿DE VERAS?
¡DE VERAS!

ESTABLECED LA ACCION ANTES DE TOMAR UNA MODELO



LA PRESENTACION

El modo de concebir un cuadro varía con cada artista. Cuando se trata de encargos de trabajos publicitarios, por lo general os darán ya el tema en esbozo, visualizado por un artista de la agencia publicitaria. Estos hombres son, casi siempre, excepcionalmente hábiles en la presentación general de una idea. Por regla general, sin embargo, les interesa más la distribución y las masas que otra cosa, de manera que los detalles y la interpretación final corren por vuestra cuenta. El fin del esquema o proyecto ha sido visualizar la idea general, para que el cliente de la agencia dé su visto bueno, en vez de ponerse por su cuenta a gastar en proyectos. El esquema que entrega la agencia publicitaria abarca todo el aviso, indicando la ubicación aproximada de todos los elementos. En cambio, se deja un considerable margen de acción en poses, vestidos, accesorios, tipos y dramatización. De manera que el trabajo que yo os propongo aquí parte de la primera idea esbozada, ya sea vuestra o la que os hayan presentado para realizar.

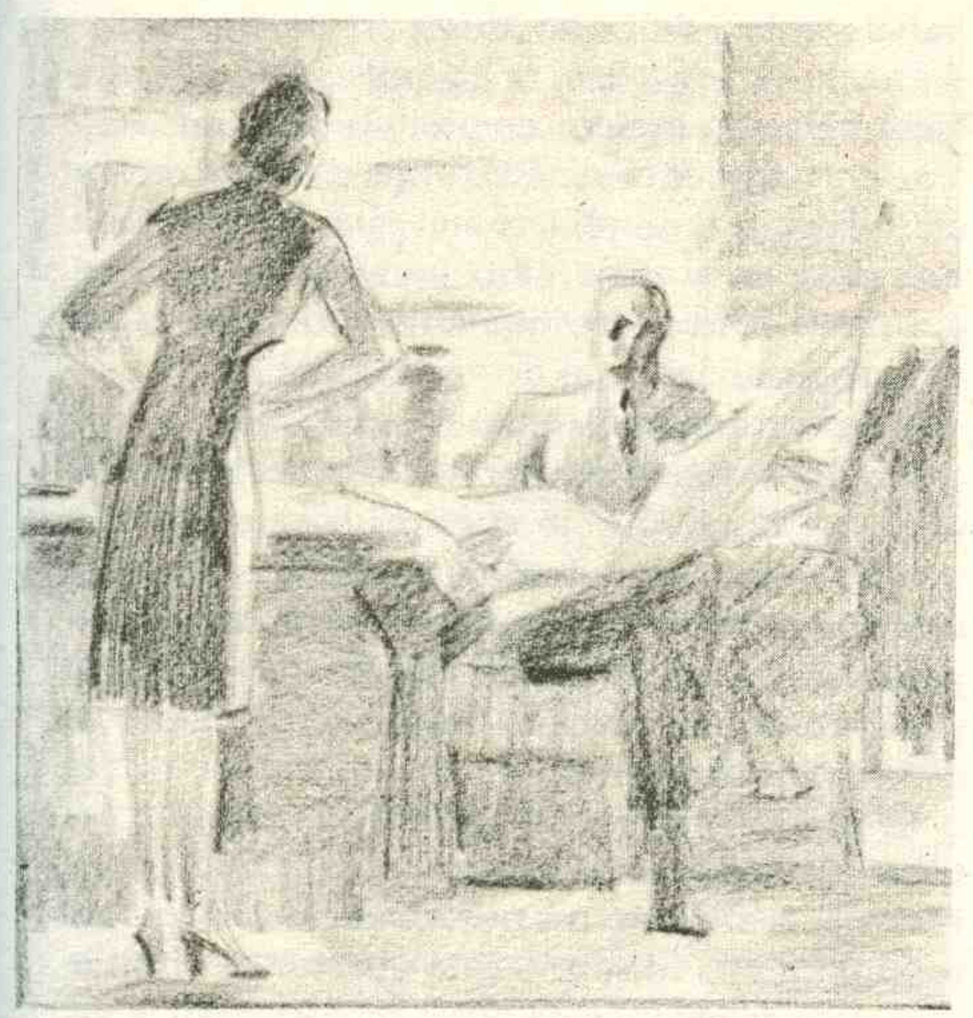
El arreglo, tal como lo discutimos aquí, sólo puede efectuarse una vez que la idea se ha definido y está apoyada por hechos aprovechables pictóricamente. Comenzaréis a ver cómo entre todos los elementos esenciales hay una mutua dependencia, y cómo todos ellos convergen a un solo propósito. Es importante concebir bien las poses en el esbozo. También deberá decidirse el escenario, si lo hubiera. Ya en esta temprana etapa de nuestro trabajo comenzaremos a pensar en el diseño y el plan tonal. Algunos artistas comienzan con las figuras y la acción, y con ellas desarrollan posteriormente un escenario; mientras que otros empiezan con diseños abstractos, y ajustan la figura al diseño. No importa la forma en que lleguéis a un buen diseño. Podéis emplear diferentes procedimientos en diferentes ocasiones; lo importante es la concepción de vuestro cuadro. El arreglo y el diseño deberán ser cuidadosamente considerados. El arreglo o composición no está regido por ley alguna; simplemente debéis realizar lo que, después de efectuados diversos ensayos, os parezca mejor. Yo, personalmente, prefiero empezar con un diseño y luego ceñirme a él en todo lo posible.

La gran ventaja de empezar con un diseño abstracto consiste en que os puede sugerir gran parte del cuadro. A medida que realizáis esas abstracciones vais extrayendo ideas de ellas. Por ejemplo, tenéis aquí un diseño oscuro. Os puede sugerir la utilización de una figura vestida de negro. Si el diseño tiene una forma dada, puede sugerir algún accesorio, algún otro elemento que pueda armonizar con el cuadro. Incluso puede sugerir la iluminación, la disposición de las figuras según las masas, una sombra, una ventana, una colina, cualquier cosa, en suma, que sea un diseño interesante. Cualquier tema no limitado desde su comienzo a ser una copia de otro material deberá ser trabajado siempre en pequeños bocetos para encontrar la combinación tonal más apropiada. Séame permitido decir que la ausencia de esta disposición esencial en los trabajos que vemos todos los días se debe a que el artista no concede al problema la importancia que tiene. Se contenta con tomar un tema cualquiera, copiarlo, hacerle uno o dos agregados en forma de escenario, y a eso le llama un trabajo terminado. Aun suponiendo que vuestro cliente no os dé toda la libertad de acción que desearíais, siempre debéis esforzaros al máximo, por lo menos en la colocación de vuestro material.

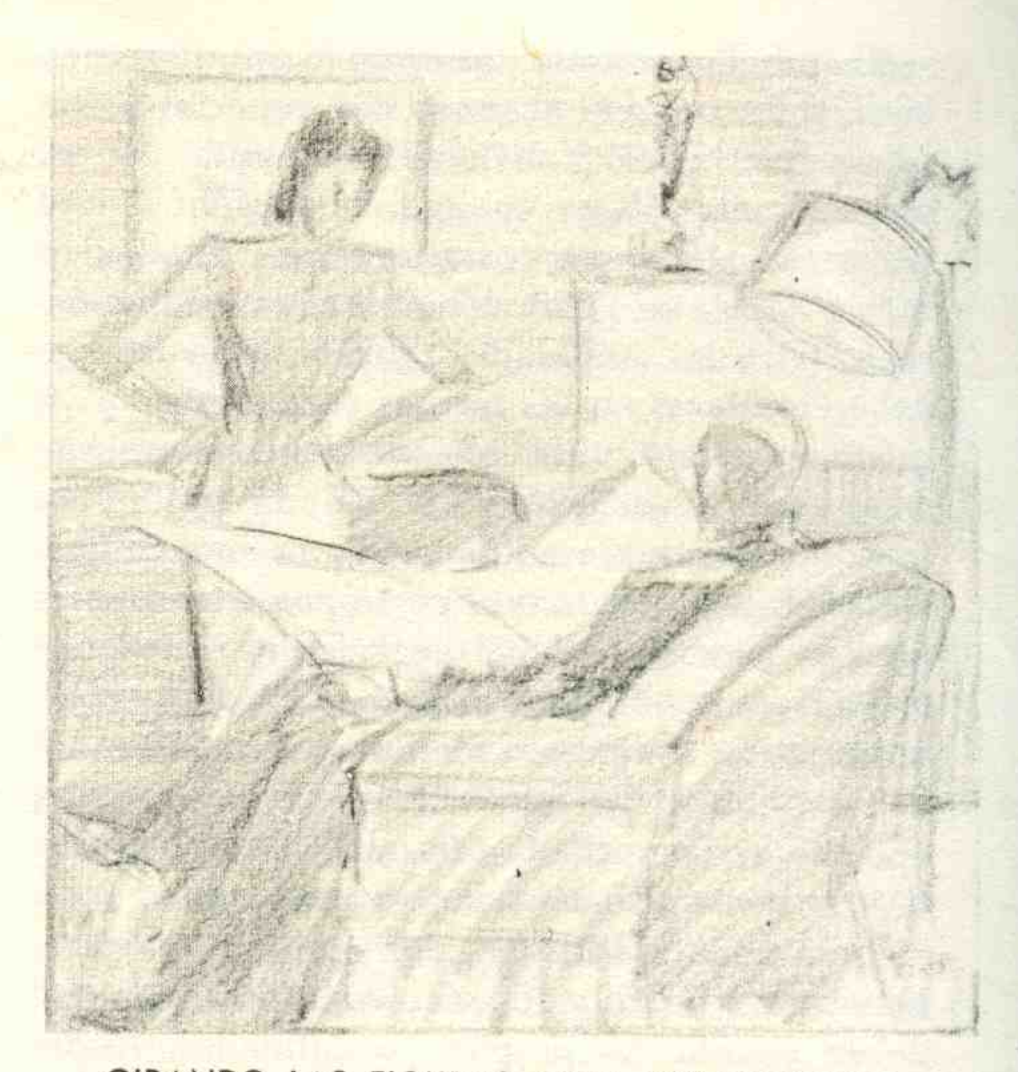
El elemento más importante de vuestro trabajo, y el que os presenta más rápidas posibilidades de adelanto, es la concepción de vuestros temas; en consecuencia, vale la pena que dediquéis al asunto el tiempo necesario. Si queréis sobresalir verdaderamente, debéis ejercitar vuestras facultades inventivas. Cuanto menos las ejercitéis, más difícil y largo será el camino.

Hojead una revista. Señalad las ilustraciones, incluyendo fotografías, que más os interesen. Luego, con un trozo de papel de calcar, bosquejad las masas de esas composiciones. En realidad, ya estaréis subconscientemente predispuesto en favor del buen dieño y la buena composición, como todo el mundo lo está. El diseño es una manera de apartarse de los caminos trillados. Todos nosotros hemos pensado en alguna oportunidad que no somos capaces de diseñar bien, y sin embargo lo hacemos, de un modo u otro. A menudo el diseño surge de lo accidental. Solemos tener "corazonadas" y hay días en los que diseñamos mejor que en otros. Lo más que podemos hacer, en último término, es combinar de la manera más agradable posible todos nuestros elementos de trabajo.

PRESENTACIONES BASADAS EN UNO DE LOS BOCETOS PREVIOS



EMPEZANDO CON EL BOCETO PREVIO.



GIRANDO LAS FIGURAS PARA EXPERIMENTAR.



TRAYENDO LAS FIGURAS A PRIMER PLANO. MEJOR.



MEJOR DISEÑO. LA HISTORIA CONCENTRADA.

NO HAY DUDA DE QUE LA CONCEPCION DE UN TEMA ES MAS IMPORTANTE QUE CUALQUIER OTRA COSA. VALE LA PENA DEDICAR UN TIEMPO CONSIDERABLE A LOS BOCETOS HASTA ESTAR SEGURO DE QUE SE TIENE UNA BUENA DISTRIBUCION, AMEN DE UNA BUENA DRAMATIZACION DEL TEMA. SI PODEIS MOSTRAR LAS CARAS DE LOS PERSONAJES, TANTO MEJOR. TRATAD DE ENTRETEJER LAS AREAS DE LUZ, MEDIO TONO Y SOMBRA, DE MANERA QUE EL CUADRO PAREZCA EQUILIBRADO Y BIEN ENFOCADO. ESTOS CROQUIS FUERON HECHOS DEL PLAN INICIAL, Y DEMUESTRAN COMO SE PUEDE EXPERIMENTAR CON LAS POSES. TENIENDO UN APROCHE DEFINIDO NOS SERA MAS FACIL SEGUIR ADELANTE CON LOS MISMOS MODELOS. EL PRIMER BOCETO RARA VEZ ESTA BIEN.

EMBELLECIMIENTO

El embellecimiento, tal como lo estudiaremos aquí, consiste en el acabado del material preliminar que habéis trabajado hasta aquí. Ahora os toca materializar vuestra concepción. Para dar carácter a vuestras figuras, para dibujarlas bien y darles realidad, deberéis acudir a la vida real. Para las cualidades tonales de la forma, deberéis fijaros en las formas verdaderas. Y si queréis pintar bien los efectos de luz y sombra, deberéis observar primero la luz y la sombra tales como son en la realidad. Que la imagen que elaboréis tenga la mayor correspondencia posible con la vida real. Si queréis dar a vuestro trabajo esa "cualidad de existencia", sin la cual se resentirá, la imagen mental que habéis estado concibiendo deberá ser llevada a un plano de veracidad. La verdad es tan difícil de falsificar en arte como en cualquier otro terreno.

Todo tema constituye, por supuesto, un problema individual, y deberá ser encarado teniendo en cuenta sus propias posibilidades. Algunos temas parecen exigir un medium específico, y aún una técnica específica. Algunos deben ser tratados delicadamente, y otros con gran vitalidad. En esto reside el encanto del embellecimiento. Un artista es tanto más grande cuanto mayores son su flexibilidad y su capacidad de infundir un estado de ánimo a un trabajo, de tratar un tema con ternura y otro con fuerza y energía. Esta es la razón por la cual he dedicado una parte tan grande de este libro a explicar diversidad de aproches. Siempre os resultará posible apartaros de la rutina, hacer que vuestro trabajo sea siempre nuevo e incitante. Además de la variedad de mediums y técnicas a vuestra disposición, tenéis diferentes "claves" de valores, diferentes clases de luz: luz suave, luz difusa, luz brillante y dura. Poseéis los extremos de luz y sombra, con poca sombra refleja, o, por el contrario, la aérea luminosidad que dan los valores más elevados, con las sombras muy iluminadas. Poseéis las combinaciones de colores puros e intensos, las de colores tonales, y las de tonos suaves. Tenéis la posibilidad de aplicar el tratamiento lineal, el tratamiento tonal, o ambos a un mismo tiempo. En realidad, poseéis tantos elementos de trabajo, en relación con el aproche, que sólo tenéis que pensar cuáles son los que más os convienen. Si sólo habéis trabajado hasta ahora en un único medium, haciendo siempre las mismas cosas, debéis explorar el tesoro de posibilidades que hay a vuestra disposición. El campo de exploración es lo bastante amplio como para ocupar toda una vida de trabajo. No creáis que vuestros aproches están estrechamente limitados. Que sea así o no, depende de vuestra voluntad.

Una vez que estéis bien decididos acerca del tema que deseáis pintar, y hayáis meditado bien sobre los resultados de vuestros bocetos, tomad vuestra cámara y trabajad inteligentemente con ella. Debéis lograr que la cámara trabaje para vosotros, expresando vuestras ideas, y *no*, por el contrario, aceptar simplemente lo que la cámara os dice.

Si podéis interesar a vuestras modelos mostrándoles los bocetos previos y explicándoles la historia, realizarán un trabajo mejor. Dejadlas representar la idea antes de apretar el obturador. Podéis obtener de ellas un entusiasta apoyo si sabéis hacerles adquirir noción de su importancia con respecto al esfuerzo que realizáis.

Yo, personalmente, prefiero la cámara miniatura, y uso la película corriente de 35 mm. Me gustan las películas pancromáticas o de color corregido. Creo que es mejor para el artista aprender a sacar sus propias fotografías, en vez de depender de los productos comerciales, a causa de la gran importancia de la iluminación. No me gusta discutir con un hombre que conoce su propio oficio, pero que no puede comprender que el aproche del artista difiere del suyo. Yo prefiero una iluminación muy simple, para preservar la forma, y es difícil que esos individuos no quieran poner media docena de luces en una fotografía. Más difícil aún resulta explicarles que tales fotografías no valen nada para el artista que tiene conciencia de la forma, y que todas esas luces destrozan precisamente la belleza de que dependen un buen dibujo o una buena pintura.

Haced todo lo humanamente posible para que en vuestra fotografía aparezcan todas las formas que deseáis pintar. La forma sólo puede ser reproducida con veracidad cuando hay una única luz sobre una misma área o superficie. Dos luces sobre la misma área destruyen inevitablemente la solidez de los planos.

UTILIZACION DE LA CAMARA PARA OBTENER MATERIAL DE TRABAJO

Cualquiera que trabaje con una cámara experimenta cierta desilusión a veces al ver que un tema que parecía muy hermoso antes de fotografiarlo sale muy distinto en la reproducción en blanco y negro. La diferencia se debe en gran parte a la pérdida del color y de los valores, tales como los ve el ojo y también, a que la cámara no ve con las mismas proporciones y perspectivas con que ven los dos ojos humanos. El efecto tridimensional ha desaparecido, salvo en el caso de una cámara "estereopticón". Los objetos disminuyen de tamaño —a causa de la distancia— de una manera mucho más pronunciada para el lente que para el ojo. Esto produce una distorsión en la fotografía, especialmente si ha sido tomada desde corta distancia. Los valores obtenidos, por otra parte, son consecuencia de las cualidades actínicas de la luz y la película, y pueden parecer muy distintos de los que veíais a simple vista. Los objetos muy coloridos y brillantes se vuelven mates. Además, tenemos la desventaja del abrumador exceso de detalles, que quita a los objetos la suavidad que tienen cuando se los ve a ojo desnudo.

Por las razones apuntadas es mucho mejor, al sacar fotografías en blanco y negro, elegir los temas por su diversidad de valores y no por sus colores. Esta es la razón por la cual debéis trabajar de antemano vuestros esbozos de color. Colocad detrás y alrededor de vuestra modelo los valores elegidos en vuestro plan tonal. Tened siempre a mano una colgadura blanca, una de tono claro, una de tono medio, una de tono oscuro, y una negra. Clavadlas con alfileres detrás de vuestra modelo, reproduciendo de esa manera los valores de vuestra composición. Si la cabeza debe aparecer contra un oscuro, colocadla así al sacar la fotografía. Los valores de una cabeza aparecen diferentes según el valor que les sirve de contraste. Un mismo valor puede parecer oscuro si está colocado contra la luz, y claro si está contra la sombra.

Si queréis fotografiar algo contra una fuente luminosa, o como si estuviera mirando hacia la luz, la única manera de hacerlo sin velar el negativo es arrojar una luz intensa sobre un fondo blanco y después posar la figura contra él, cuidando de que la luz no recaiga directamente sobre la figura. Sobre ésta puede proyectarse una "luz de relleno" de menor intensidad, lo bastante reducida como para mantener la masa de los valores más oscuros de la figura contra la luz. Las luces intensas colocadas demasiado cerca del modelo "queman" el negativo, y la reproducción aparece totalmente blanca. Alejad las luces, puesto que de todas maneras no podéis obtener una brillantez total, desde el momento en que ningún objeto puede aparecer más brillante que el blanco de vuestra película.

A menos que deseéis un contraste muy intenso de luz y sombra, por ejemplo una copia fotográfica para un dibujo lineal en blanco y negro, es necesario por lo general en fotografía de interiores iluminar las sombras con una "luz de relleno", con luz diurna, o alguna otra clase de luz refleja. Las luces fluorescentes son buenas, puesto que no crean sombras fuertemente recortadas dentro de la misma sombra, cosa que tampoco ocurre en la naturaleza. Si queréis pintar un tema al aire libre, fotografiadlo al aire libre. La naturaleza nos da valores y relaciones perfectos.

La combinación de elementos de dos o más recortes de revistas difícilmente os dará la iluminación y la relación de valores requeridas. La iluminación debe ser la misma en toda la extensión de un cuadro, y es difícil que dos recortes tengan la misma iluminación. Esta es la razón principal por la cual os aconsejo sacar vuestras propias fotografías siempre que ello sea posible. Si, en cambio, comenzáis a trabajar a partir de un recorte con una iluminación bien definida, siempre os será posible, al sacar vuestras propias fotografías de otro material que deba acompañar al del recorte, ajustar la iluminación a la del recorte.

De ser posible, los vestidos y ropajes deben ser los apropiados para cada caso. Es muy difícil inventar en este campo, especialmente los pliegues, como ya lo habéis descubierto probablemente. Si no podéis conseguir los ropajes justos que necesitáis, buscad lo que más se les aproxime, para que por lo menos, no os veáis obligados a inventar el material, la forma y la caída. Es mucho más fácil cambiar el diseño de los trajes que las formas.

Es una práctica maravillosa elegir algunos interiores, dibujarlos a lápiz, y después introducir en ellos figuras inventadas por vosotros mismos. Estudiad la iluminación del interior, para iluminar correctamente las figuras. De esta manera crearéis el "clima" de la acción, dentro de un marco definido, y en las adecuadas condiciones de iluminación y espacio.

EL BIOMBO CON ESCALA

He aquí un "proporcionador" sencillo para el ilustrador que dibuja en base a fotografías. Es fácil de construir y resulta sumamente útil para dibujar con buenas proporciones. Construid el biombo con tres o cuatro cuerpos, y dadle una altura superior a la que abarca la cámara corriente. Emplead madera terciada o una lámina de cartón prensado que pueda pintarse de blanco. Cuadriculad el biombo con finas líneas negras, formando cuadrados de un pie de lado, como se muestra en la figura. Este biombo suministrará asimismo una buena superficie para colgar o clavar con alfileres las colgaduras necesarias para el fondo. Una vez sacada la fotografía con las colgaduras, se retiran éstas y se saca instantáneamente otra fotografía que saldrá con escala. Mediante este procedimiento podéis inmediatamente enmarcar una figura dentro de una composición. Como ya sabemos, toda figura debe estar en una relación dada con el nivel visual. Siempre podréis determinar el nivel visual de vuestra fotografía haciendo girar hacia la cámara una de las alas del biombo. El nivel visual pasará por el punto en que converjan las diversas líneas del ala lateral del biombo. (Ver dibujo). Más sencillo que esto resulta buscar en el ala lateral del biombo la línea que parece más horizontal.

Si vuestro boceto o vuestra copia determinan de antemano un nivel visual, colocad vuestra cámara al mismo nivel (Ver Perspectiva, Primera Parte). Es evidente que el material de dos fotografías sacadas con diferentes niveles visuales no puede ser concentrado en un solo cuadro sin un adecuado ajuste. Muchos artistas persisten en descuidar el simple principio de que el horizonte debe cortar a la misma altura a todas las figuras similares situadas en el mismo plano de tierra. De manera que si sabéis que en vuestra copia el horizonte corta la figura a la altura de los hombros, por ejemplo, al sacar una nueva fotografía emplazad la cámara al nivel de los hombros de la figura, y aseguraos que el horizonte cortará a todas las figuras de la misma manera. Si hubiese una figura sentada a la distancia, bajo el horizonte, todas las figuras sentadas estarían con ella en la misma relación.

El biombo cuadriculado os da el tamaño relativo de vuestro tema, facilitando la determinación de las proporciones entre una parte y otra cualquiera del cuadro. En la fotografía pueden subdividirse aun más los cuadrados, y correlativamente en el dibujo, de manera que podréis así dibujar proporcionadamente la figura. Puesto que cada cuadrado equivale a un pie, podéis también medir aproximadamente las dimensiones del material en vuestros recortes, para dar a la figura las adecuadas proporciones en relación con el medio que la rodea.

Para vuestro gobierno, recordad que el asiento de una silla común está a dieciocho pulgadas, aproximadamente, del piso, es decir, a un cuadrado y medio. La altura de una mesa oscila entre veintiocho y treinta pulgadas, es decir, que equivale a dos cuadrados y medio. Una muchacha de pie mide aproximadamente cinco cuadrados y medio, y un hombre seis. Esto solamente os resultará claro si entendéis de perspectiva; como ya os he advertido, el desconocimiento de la perspectiva puede perjudicar todos vuestros esfuerzos futuros.

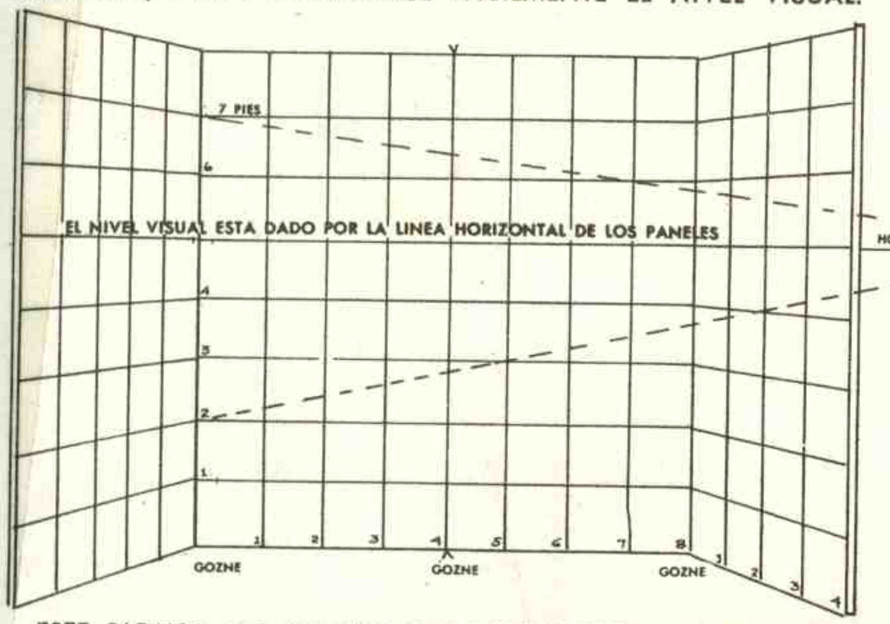
Todo dibujo es proporción y medida, en primer término, y un enunciado de espacios y contorno. El biombo con escala os ayudará, pero no hay nada mejor que acostumbrar al ojo a calcular las distancias y los tamaños relativos. Para algunos artistas esto es fácil, a otros les lleva algo más de tiempo, y algunos, desgraciadamente, nunca lo consiguen. A esto se debe el empleo de recursos artificiales, como pantógrafos, proyectores y otros. Con el biombo, en cambio, vosotros mismos hacéis el dibujo y os ejercitáis a medida que lo hacéis. Podéis usarlo sin minar vuestra habilidad o capacidad creadora; por eso lo incluyo en este estudio.

La mayoría de los artistas son buenos carpinteros, pero si no os atrevéis a construir vosotros mismos el biombo, será conveniente que os lo hagáis fabricar, lo que puede hacerse a un precio razonable. El biombo cumple otras funciones útiles dentro de un estudio, por ejemplo, tapar el fondo natural de la habitación cuando estáis pintando directamente un modelo. Creo que los dibujos de la página siguiente son suficientemente ilustrativos de su empleo.

El empleo del biombo con escala equivale a cuadricular un estudio para ampliarlo, cosa que han hecho todos los artistas desde que el arte existe. Nosotros hemos substituído por fotografías, en gran medida, los estudios preliminares que realizaban los antiguos maestros, procedimiento que quizá ellos habrían seguido también si hubiera estado a su alcance. Lo principal es no dejar que la cámara nos acostumbre a seguir la línea del menor esfuerzo. Todos debemos ejercitar nuestro sentido del dibujo, si no queremos llegar a perderlo.

EL BIOMBO CON ESCALA

LAS FOTOGRAFIAS SACADAS USANDO ESTE BIOMBO COMO FONDO QUEDAN AUTOMATICAMENTE EN ESCALA. INCLUYENDO LOS COSTADOS, PUEDE CALCULARSE FACILMENTE EL NIVEL VISUAL.



DOS LINEAS CONVERGENTES CUALESQUIERA DE UN PANEL LATERAL ESTABLECERAN EL HORIZONTE DE VUESTRA FOTO.

PARA CONSTRUIR EL BIOMBO, USAD MADERA LIVIANA DE PINO DE 1×2 PULGADAS. CUBRID LOS MARCOS CON MADERA DE PARED. EMPLEAD GOZNES REVERSIBLES. PINTAD UN LADO CLARO Y EL OTRO OSCURO. HACED LAS DIVISIONES CON UN HILO TIRANTE, PINTADO DE NEGRO PARA EL LADO CLARO Y DE BLANCO PARA EL OSCURO. LOS CUADRADOS SON DE 12 PULGADAS DE LADO. HACEDLOS MAS PEQUEÑOS SI DESEAIS. USAD LOS MATERIALES MAS LIVIANOS.

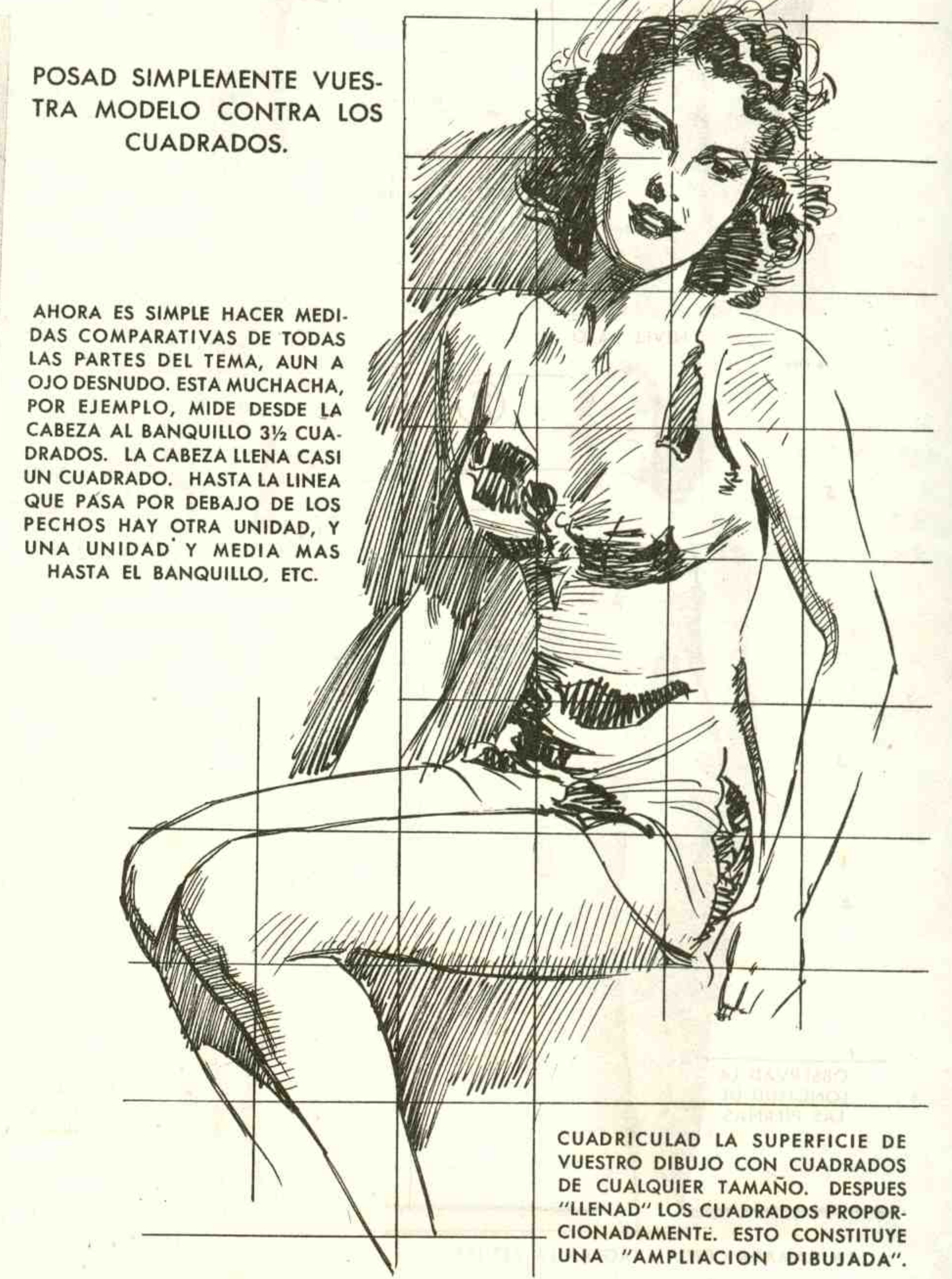
ESTE BIOMBO OS SERVIRA PARA ESTABLECER RAPIDAMENTE LAS PROPORCIONES RELATIVAS DE LAS FIGURAS, ASI COMO LAS DISTANCIAS ENTRE LOS OBJETOS, AREAS DE LAS PARTES, CABEZAS, BRAZOS, ETC.

EL BIOMBO EN ESCALA OS AYUDARA A CONSERVAR LAS PROPORCIONES CUANDO DIBUJEIS DEL NATURAL O DE FOTOGRAFIAS. DE ESTE MODO NO ESTAREIS ATADOS A LOS CONTORNOS "PROYECTADOS" O A LA DISTORSION DE LA CAMARA. LA DISTORSION SE HACE EVIDENTE CUANDO LOS CUADRADOS DE LA FOTOGRAFIA APARECEN DISTORSIONADOS O FUERA DE PERSPECTIVA. ESTE PROCEDIMIENTO NO ES UNA "MULETA". SOIS VOSOTROS LOS QUE DIBUJAIS. EL BIOMBO ES UNA GRAN AYUDA.



POSAD SIMPLEMENTE VUESTRA MODELO CONTRA LOS CUADRADOS.

AHORA ES SIMPLE HACER MEDIDAS COMPARATIVAS DE TODAS LAS PARTES DEL TEMA, AUN A OJO DESNUDO. ESTA MUCHACHA, POR EJEMPLO, MIDE DESDE LA CABEZA AL BANQUILLO 3½ CUADRADOS. LA CABEZA LLENA CASI UN CUADRADO. HASTA LA LINEA QUE PASA POR DEBAJO DE LOS PECHOS HAY OTRA UNIDAD, Y UNA UNIDAD Y MEDIA MAS HASTA EL BANQUILLO, ETC.

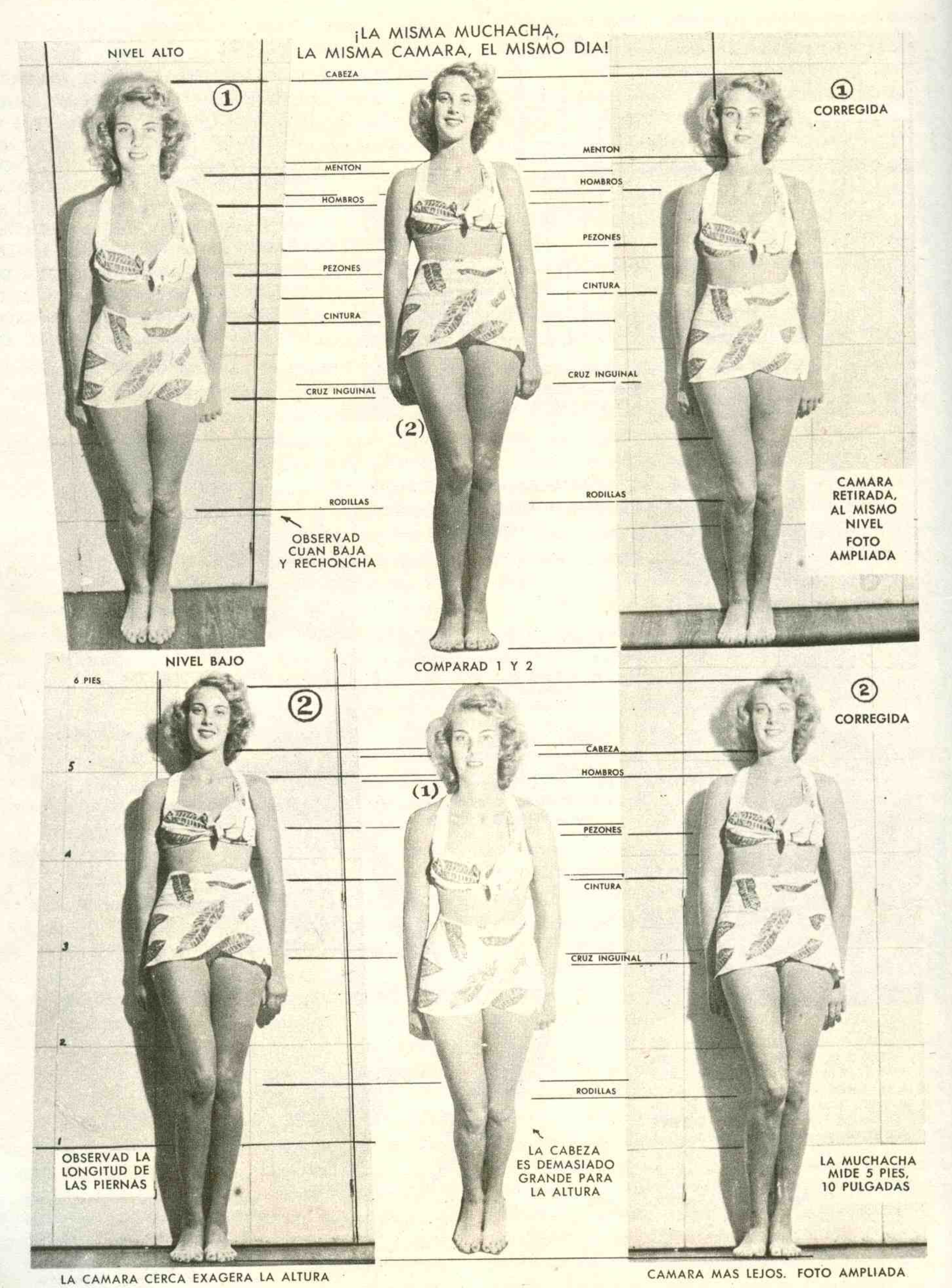


LAS LINEAS DEL BIOMBO PUEDEN SER PROLONGADAS A TRAVES DEL TEMA Y SER NUEVAMENTE SUBDIVIDIDAS, PUDIENDOSE DAR A LA FOTO LA ESCALA QUE SE DESEE. NO IMPORTA QUE LAS LINEAS ESTEN UN POCO OBLICUAS. LA DISTORSION EXCESIVA DEBE SER CORREGIDA. PODEIS CUADRICULAR TAMBIEN VUESTRO DIBUJO. PRONTO NI SIQUIERA NECESITAREIS HACER ESTO. USAREIS SOLAMENTE LA LINEA PRINCIPAL DE LA FOTO Y LOS PUNTOS PRINCIPALES DE INTERSECCION.

CUADRICULAD LA SUPERFICIE DE VUESTRO DIBUJO CON CUADRADOS DE CUALQUIER TAMAÑO. DESPUES "LLENAD" LOS CUADRADOS PROPORCIONADAMENTE. ESTO CONSTITUYE UNA "AMPLIACION DIBUJADA".

ESTO ES MEJOR QUE USAR LA "PROYECCION", PUES ENTRENAIS CONSTANTEMENTE EL OJO Y LA MANO. VALE LA PENA.

EL BIOMBO CON ESCALA Y LA DISTORSION DE LA CAMARA



LA CAMARA CERCA EXAGERA LA ALTURA

CAMARA MAS LEJOS. FOTO AMPLIADA

NO SIEMPRE LOS CONTORNOS SON CORRECTOS PORQUE LA FOTOGRAFIA HAYA SIDO SACADA DEL NATURAL.

COLOCANDO LA CAMARA DEMASIADO CERCA, EL BIOMBO REVELA DISTORSION, AUN CON LOS MEJORES LENTES. 1 Y 2, SACADAS A DISTINTO NIVEL, SON MUY DIFERENTES. PERO USANDO LOS MISMOS NIVELES DESDE MAYOR DISTANCIA, LOS RESULTADOS SON SEMEJANTES Y DAN LAS VERDADERAS PROPORCIONES DE ESTA ALTA MUCHACHA.



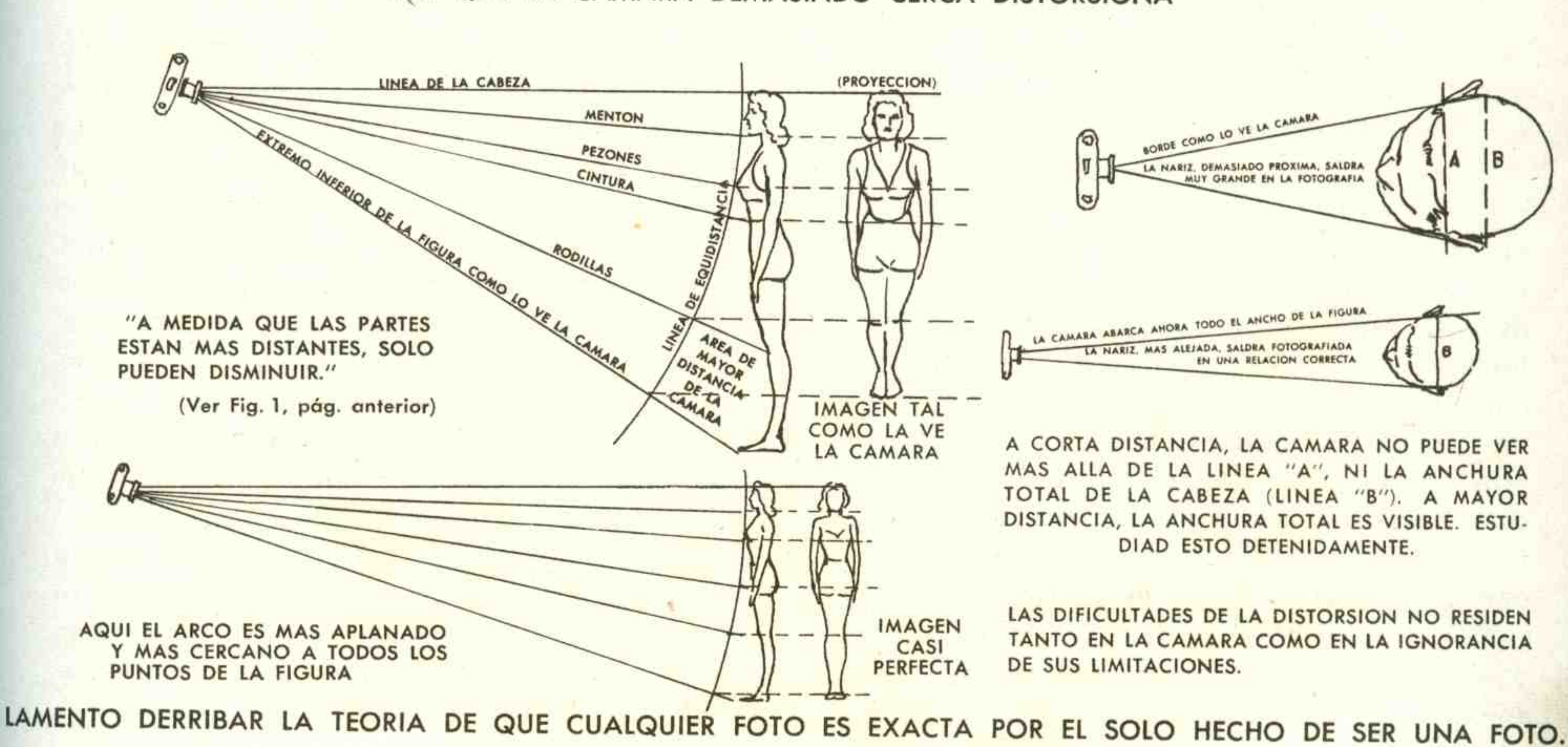
DISTORSION PROVOCADA POR PROXIMIDAD DE LA CAMARA. PROFUNDIDAD FOCAL DEMASIADO PEQUEÑA. OBSERVAD EL TAMAÑO DE LA MANO.



CAMARA MAS LEJOS Y FOTO AMPLIADA. LAS MANOS FUERON MANTENIDAS EN LA MISMA POSICION. ¿MEJOR?

ARRIBA LA DISTORSION ES EVIDENTE. LA MAYORIA DE NOSOTROS, SIN EMBARGO, BUSCANDO UNA MAYOR EXACTITUD DE DETALLES, TRABAJAMOS DEMASIADO CERCA. A LA LARGA ES MEJOR SACRIFICAR EL DETALLE A LA EXACTITUD DE LAS PROPORCIONES. AUN EN LA CARA DE LA IZQUIERDA HAY DISTORSION, QUE SOLO ES APARENTE POR COMPARACION CON LA OTRA FOTO. LA CARA PARECE MAS ANGOSTA, EL MENTON MAS PRONUNCIADO, HAY MENOS CABELLO Y EL MODELADO DE LA FORMA PARECE "MAS PLANO".

POR QUE LA CAMARA DEMASIADO CERCA DISTORSIONA



"A MEDIDA QUE LAS PARTES ESTAN MAS DISTANTES, SOLO PUEDEN DISMINUIR."

(Ver Fig. 1, pág. anterior)

A CORTA DISTANCIA, LA CAMARA NO PUEDE VER MAS ALLA DE LA LINEA "A", NI LA ANCHURA TOTAL DE LA CABEZA (LINEA "B"). A MAYOR DISTANCIA, LA ANCHURA TOTAL ES VISIBLE. ESTUDIAD ESTO DETENIDAMENTE.

AQUI EL ARCO ES MAS APLANADO Y MAS CERCANO A TODOS LOS PUNTOS DE LA FIGURA

LAS DIFICULTADES DE LA DISTORSION NO RESIDEN TANTO EN LA CAMARA COMO EN LA IGNORANCIA DE SUS LIMITACIONES.

LAMENTO DERRIBAR LA TEORIA DE QUE CUALQUIER FOTO ES EXACTA POR EL SOLO HECHO DE SER UNA FOTO.

COMO EVITAR LA DISTORSION FOTOGRAFICA EN EL DIBUJO

Quizá los ejemplos de distorsión fotográfica que os he dado puedan parecer algo exagerados y rebuscados. Sin embargo, os aseguro que en comparación con nuestra visión de la vida, hay mucho por hacer aún en materia de lentes fotográficos. Puesto que la cámara tipo miniatura posee un lente tan grande en proporción con el área pictórica de la película, reduce en mucho la distorsión. No obstante, las fotografías que os doy como ejemplo fueron sacadas con las mejores cámaras y los mejores lentes de ese tipo, lo que prueba que la distorsión siempre es posible cuando se trabaja de muy cerca. Existe distorsión en las fotografías corrientes, aun cuando no sea evidente a primera vista; pero si se sigue demasiado estrictamente la copia fotográfica, el trabajo adquiere ese inconfundible aspecto fotográfico. Cuando los cuadrados del biombo no aparecen como tales en vuestra fotografía, queda probado que existe distorsión, y que ésta afecta al modelo tanto como a las líneas del biombo.

El dibujo realizado tomando a la vida real directamente como modelo, será siempre el aproche más sólido artísticamente, porque os da una proporción que nunca podréis obtener con el único lente de la cámara. No sé lo bastante de óptica como para explicaros por qué los objetos, al alejarse, se reducen o empequeñecen en mayor proporción ante la cámara que ante el ojo. Existen lentes telescópicos, objetivos de ángulo muy abierto, y otros, que son más fieles en ese sentido, pero estando nosotros dotados de instrumentos tan perfectos como nuestros propios ojos, ¿por qué no ejercitarlos para trabajar con ellos siempre que sea posible? Admito, sin embargo, que en ciertas ocasiones debemos captar movimientos rápidos, o expresiones y poses que es difícil retener largo rato. En esas ocasiones empleemos la cámara.

Deseo aclarar que por el simple hecho de que una fotografía haya sido sacada de la vida real, ello no significa que sea una perfecta interpretación de la vida. No es perfecta desde el punto de vista del contorno, la perspectiva o el valor tonal. Aunque una perfecta duplicación de lo que el ojo ve fuera posible, la fotografía no sería arte. De manera, pues, que la perfecta duplicación de una fotografía por parte del artista tampoco puede ser considerada como arte. La creación individual debe desempeñar cierto papel; la organización y el diseño, la acentuación y la subordinación, las cualidades del tono y la técnica individual, así como las cualidades emocionales deben estar presentes en vuestro trabajo si queréis que pueda llamársele arte. Si no fuera así podríamos contentarnos con apretar el disparador de la cámara. Nuevamente deseo recalcar, para los jóvenes artistas, que el arte no es necesariamente un cuadro enmarcado, colgado en un museo o en una colección privada. El arte está alrededor de nosotros, porque es la expresión, en una forma u otra, de los conceptos individuales. El dibujo comercial más pequeño y barato puede ser arte si posee esas cualidades. El arte no es imitación ni duplicación; es por esto que la cámara fotográfica no puede llegar nunca a ser un medio de producir arte. El arte debe fluir a través de la cámara, no estancarse en su interior; empieza detrás de ella, no adelante.

He señalado aquí y en otros lugares de mi trabajo estos defectos de la cámara, para que podáis vigilarlos y reconocerlos. No critico las limitaciones de la cámara, pues no hay duda que es un maravilloso instrumento. Pero puesto que esas limitaciones existen, insisto en que el estudiante debe conocerlas. La fotografía no puede ser considerada como un medio fácil de evadirse del buen dibujo, ni es en manera alguna una substitución de éste. La cámara debe ser, simplemente, una parte de vuestro equipo. (El proyector es harina de otro costal, y vacilo en colocarlo en la misma categoría que la cámara, aunque no puedo discutir su utilidad en los casos en que se hace necesaria la duplicación exacta y minuciosa de una copia. Pero cuando se lo emplea simplemente como muleta, arriesgando una pérdida de la propia capacidad creadora, preferiría verlo tirado por la ventana.)

Podéis estar seguros de que toda figura aparecerá en la fotografía algo más baja y gruesa en su parte media de lo que es en realidad. La proporción de la cabeza y los hombros, en un extremo del cuerpo, y de las piernas y pies, en el otro, no estará bien dada por la fotografía, en el caso de una figura de pie, a menos que se emplace la cámara a una distancia considerablemente mayor de lo que acostumbramos. Recordad siempre que la cámara registra imparcialmente lo bueno y lo malo, sin selección ni discriminación. La fotografía no hace más que reproducir un instante. Por eso es valiosa. Pero si nuestra habilidad de dibujantes no está bien desarrollada, podemos copiar la distorsión sin advertirlo, dando a nuestro cuadro un aspecto fotográfico que destruye toda otra buena cualidad que pudiera tener.

DRAMATICA FOTOGRAFICA

Si estáis preparados para recurrir a la cámara para la interpretación dramática, doy por sentado que ya habéis prestado atención a todos los demás aspectos de vuestro tema. Tenéis una idea bastante clara de lo que queréis. Habéis pensado una acción, o un movimiento o una expresión facial particulares. Hablemos ahora de la interpretación dramática en sí.

Una modelo está por lo general en uno de los dos extremos. O tiene dificultad para actuar o su sentido dramático es grotesco y la lleva a exagerar su representación. Podemos pedir prestado a las escuelas dramáticas el primer principio de la buena representación, la ley no formulada de la naturalidad. Sólo la naturalidad tiene fuerza de convicción, es ella la que distingue al mejor actor. Si esto es cierto en la escena o en el cinematógrafo, también lo es en la ilustración. La acción o la expresión debe ser transmitida por toda la figura, por la pose total, y no simplemente haciendo muecas.

Una de las reglas de la actuación dramática es que el actor nunca debe mirar al público mientras se desarrolla la acción, y especialmente cuando hay otros actores en escena. La invisible "cuarta pared", que separa a los actores del auditorio, da realidad al drama; el espectador se pierde en el drama, pierde conciencia de sí. Pero si el actor os mira, volvéis a experimentar una cierta conciencia de vosotros mismos, como si os pescaran mirando a través de la ventana de una casa que normalmente no es la vuestra. Experimentáis la sensación de que el actor está actuando *para* vosotros, en vez de formar parte de una acción dramática totalmente separada de vosotros. Establezcamos, pues, el siguiente principio: *Si el lector no forma parte de la acción dramática, no permitáis nunca que uno de vuestros personajes lo mire directamente de frente.*

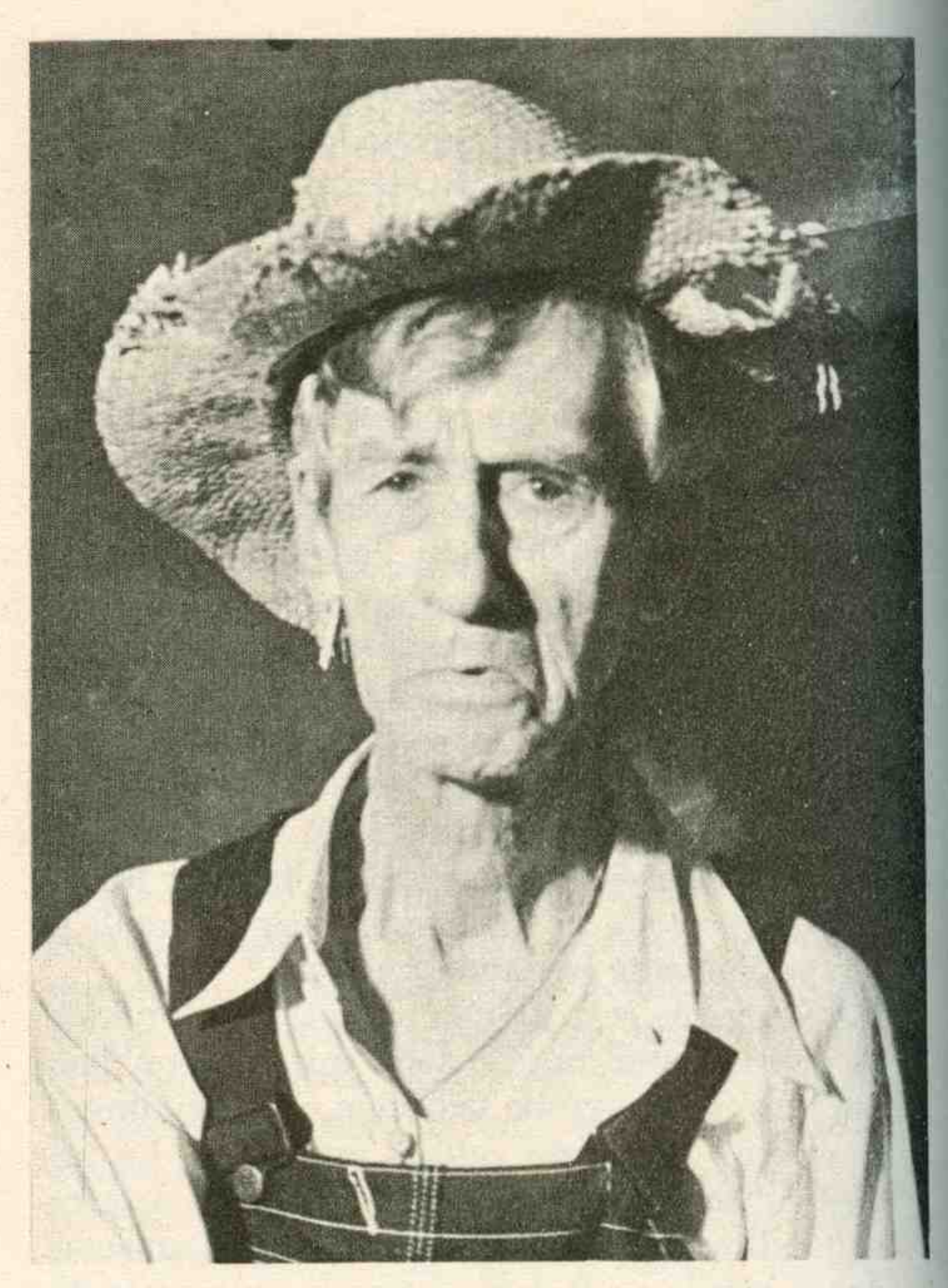
Veamos ahora el caso opuesto. Suponed que queremos hacer un llamado directo al lector. En este caso vale el principio contrario. El personaje os mira directamente, con la intención de daros conciencia del llamado que os dirige. Todo el mundo recuerda al affiche de James Montgomery con la inscripción: "El Tío Sam lo Necesita", y el dedo y los ojos dirigidos rectamente al espectador. Era tremendamente eficaz. Este es el principio que se usa en publicidad para establecer comunicación directa entre personaje y espectador. Una hermosa muchacha puede alcanzaros un vaso de cerveza desde un letrero, o se puede emplear una cabeza que diga: "Ponga su grano de arena", para un llamado a la caridad. Esto es lo que se denomina llamado "directo".

Exagerar la representación es peor que debilitarla. Crear un estado de agonía por un asunto trivial, o estallar de júbilo por haber encontrado una nueva marca de dentífrico no son reacciones naturales ni de buen gusto, y podrían atraer una respuesta negativa. Para obtener el efecto dramático más elocuente, uno tiene que pensar sencillamente en lo que haría uno mismo o cualquier persona normal, inteligente y bien educada, en la situación dada. Los modales y usos no son distintos en la vida y en el escenario, el cine o la ilustración; los de esta última deben basarse, pues, en una interpretación convincente de la vida. Claro está que si los malos modales son el nudo de la historia que queremos representar, el caso es distinto.

La representación débil equivale por lo general a "rigidez". Esto quiere decir, efectivamente, rigidez del cuerpo, la cara y la acción. De manera que otro de los principios de la buena representación dramática es la completa relajación. La tensión debe surgir solamente de la situación emocional creada por la narración. Los seres humanos sólo están completamente rígidos cuando están muertos o asustados. De aquí viene la expresión "duro de miedo", o el *slang* que designa a un cadáver con el nombre de "*stiff*" (tieso, rígido). Nunca permitáis que una modelo adopte una posición completamente rígida, con la cabeza formando una T con la línea de los hombros, sin un encorvamiento de la columna vertebral, ni una ondulación de las caderas, o con todo el peso del cuerpo reposando en partes iguales sobre ambos pies. Esto es lo que hará invariablemente si no le indicáis lo contrario. Hacedle bajar un hombro, curvadla, que gire la cadera o flexione una rodilla; que su actitud tenga la mayor soltura posible. Una muchacha sentada en una silla, pies y rodillas juntos y los brazos inertes a ambos lados puede ser intolerablemente rígida. A vosotros toca dar movimiento a la modelo, y por eso conviene que planeéis las poses de antemano.

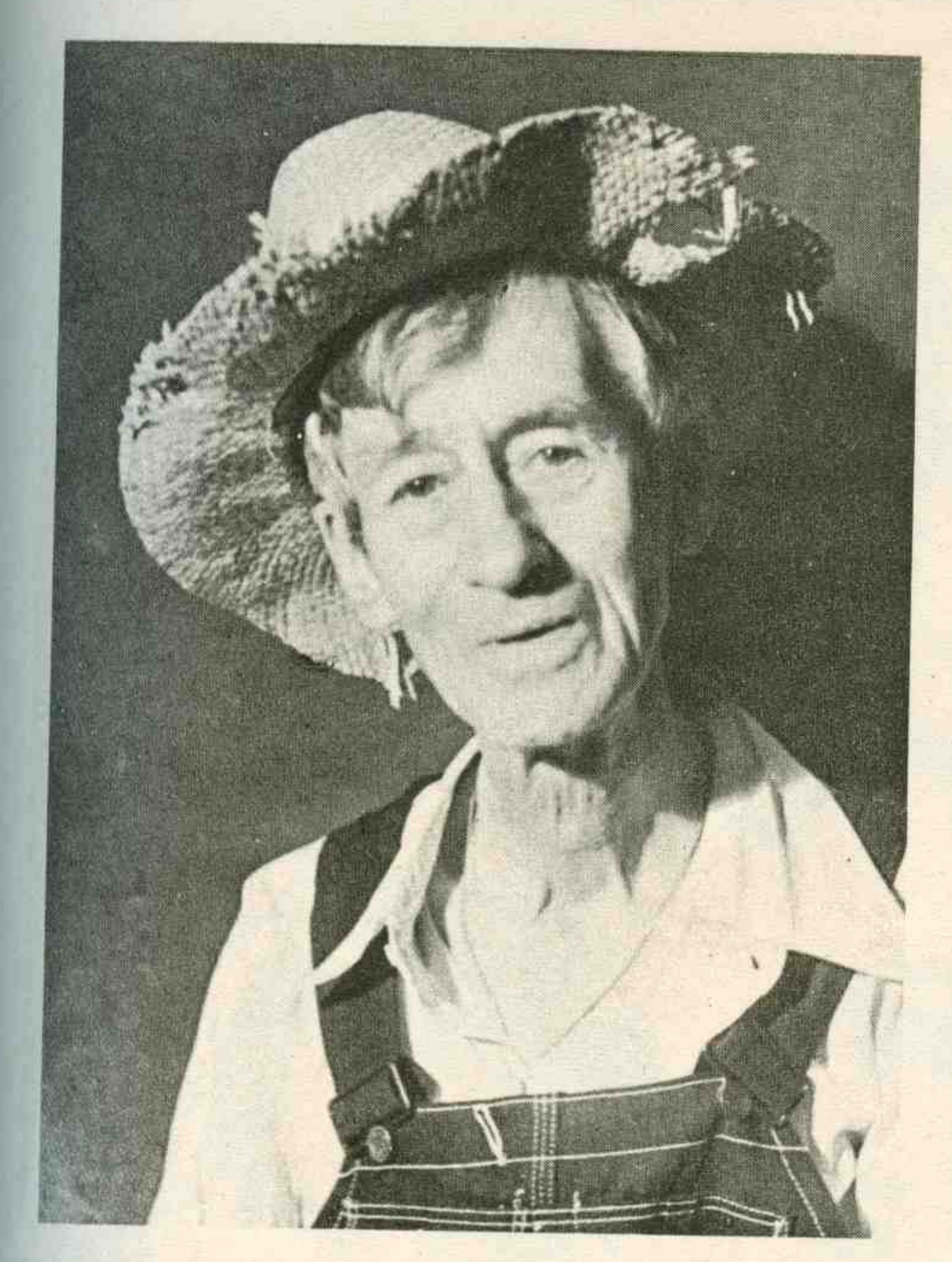
Actuad como si estuvierais sobre el escenario, como si fuerais directores artísticos. De lo contrario, habrá mucha dureza en vuestro trabajo, por bien que pintéis o dibujéis; y nadie culpará a la modelo, sino a vosotros. Sé por qué lo digo. Prestad especial atención a las manos; deben expresar lo mismo que expresa el rostro, estar de acuerdo con la situación.







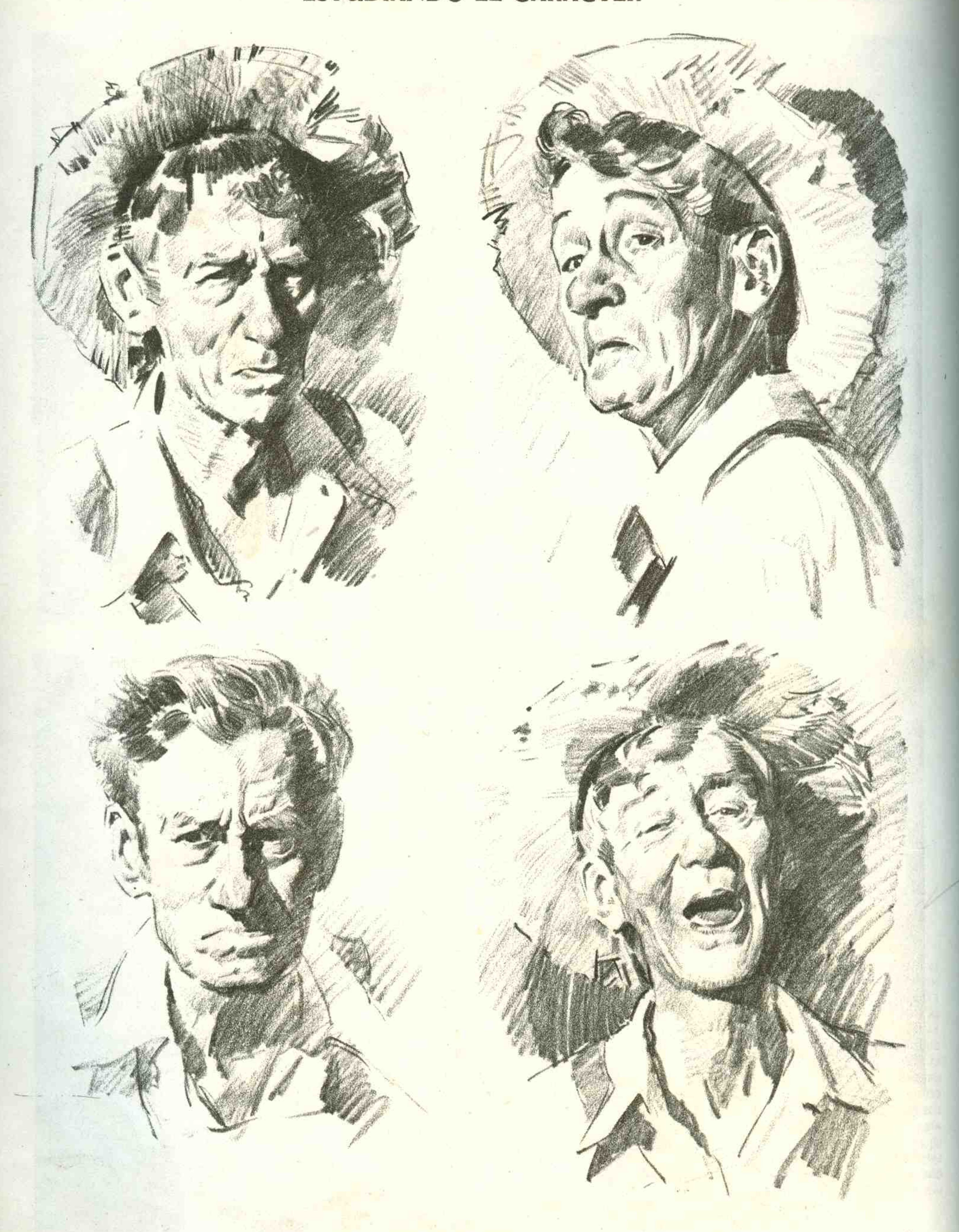












LA EXPRESION FACIAL Y LA CARACTERIZACION NO TIENEN LIMITE



ES PRECISO EMPLEAR LA CAMARA PARA CAPTAR TODA EXPRESION QUE NO SEA NATURAL O DESCANSADA. NADIE PUEDE MANTENER UNA EXPRESION IDENTICA MAS DE VARIOS SEGUNDOS. EL DIBUJO DE LA EXPRESION FACIAL NOS RETROTRAE AL "PRINCIPIO DE LA FORMA", YA QUE ES "EL ASPECTO DEL MOMENTO" DE LA FORMA. REQUIERE UN CUIDADOSO DIBUJO DE LAS FORMAS EN MEDIO TONO Y SOMBRA. LA FORMA EN SI DEBE SER CORRECTA, AUNQUE PUEDE SER LLENADA LIBREMENTE. TODAS ESTAS FORMAS DEBEN ESTAR EN ARMONIA Y ENCAJAR COMO LAS PIEZAS DE UN ROMPECABEZAS. BOSQUEJAD MUY SUAVEMENTE LOS PRIMEROS CONTORNOS, DESPUES LAS FORMAS DE LA SOMBRA. TODA AREA PERTENECE DEFINIDAMENTE A: (1) LA LUZ, (2) EL MEDIO TONO O (3) LA SOMBRA. LA ESCALA DE VALORES DEL BLANCO AL NEGRO DEL LAPIZ NO ES TAN AMPLIA COMO LA ESCALA DE LA FOTOGRAFIA, POR LO QUE NO DEBEIS ACENTUAR LOS MEDIOS TONOS, PARA PODER RECALCAR LAS SOMBRAS. MANTENED LA MASA DE LUZ Y MEDIO TONO BIEN SEPARADA DE LA MASA DE SOMBRA. RECORDAD QUE LAS SOMBRAS SON POR LO GENERAL MAS OSCURAS EN EL "LOMO" O CURVATURA DE LA FORMA. LOS ACENTOS DE OSCURIDAD SON EVIDENTES EN TODO LUGAR DONDE LA FORMA SE ENCUENTRA HUNDIDA, COMO EN TORNO A LOS PARPADOS, NARIZ, LABIOS, COMISURAS Y ARRUGAS. NO HAY DOS CARAS IGUALES EN FORMA, Y POR CONSIGUIENTE LAS FORMAS O PLANOS TONALES DE LA FORMA SERAN SIEMPRE UN PROBLEMA NUEVO Y DISTINTO. SI NO OS ATENEIS A LA ILUMINACION SIMPLE, LA FORMA SE QUIEBRA EN NUEVOS TONOS Y RESULTA MAS DIFICIL. LA FORMA SIEMPRE ES MEJOR EN SU ASPECTO "PURO", SIMPLE, SOLIDO O "ESCULTORICO". CONVIENE UNA SOLA ILUMINACION. SI LAS SOMBRAS SON DEMASIADO NEGRAS, REFLEJAD ESA MISMA LUZ CON UN CARTON BLANCO. TRATAD DE DIBUJAR EL INTERESANTE PERSONAJE DE LAS FOTOGRAFIAS DE LAS PAGINAS 196-97. PERO NO OS DETENGAIS AHI. DIBUJAD CARAS POR VUESTRA PROPIA CUENTA.

COMO TRANSMITIR UNA EMOCION CONVINCENTE

El gesto emocional es una cosa muy sutil e individual. Es razonable pensar que no siempre tendréis la oportunidad de captar la emoción, genuina, inconsciente, no elaborada. En la mayoría de los casos tendréis que provocarla con arreglo a una situación determinada. Descubriréis que vosotros mismos tenéis que elaborarla por medio de vuestra modelo y vuestra cámara. Esta es la técnica que utilizan muchos directores de películas. Si vosotros no sois afectados al preparar el trabajo de la modelo, ella a su vez se desempeñará con mayor naturalidad. Por sobre todas las cosas, no ridiculicéis ni empequeñezcáis nunca los esfuerzos de vuestra modelo. Si no logra, de primera intención, transmitir el gesto y la expresión que buscáis, alentadla diciéndole que ya "casi está". Repetid nuevamente el ensayo, habladle de vuestro enfoque del asunto, del sentimiento que debe expresar la situación, pero nunca critiquéis directamente la expresión facial, por ejemplo. Si queréis que levante las cejas, hacedlo así vosotros mismos, decidle: "Usted está más ansiosa, más alarmada... Usted es la Mrs. Potter de la historia, preguntándose, atemorizada, qué le habrá ocurrido a su hija". Nunca un cortante: "Alce las cejas, por favor".

Si tenéis una radio o un fonógrafo a mano, tratad de poner alguna música adecuada al clima que deseáis crear. También podéis establecer el clima emocional leyendo en voz alta la historia que queréis ilustrar. Si es posible, hacedla leer a la modelo.

Algunas muchachas tienen un temperamento nervioso, con tendencia a la risa sin motivo; ésta es una de las modalidades más difíciles de combatir, cuando lo que se busca es expresión dramática. Una vez que empezó la risa, es difícil contenerla. La mejor manera de terminar con el asunto es decirle: "Vea, señorita Fulano de Tal, esto no tiene nada de divertido. Se trata de ganarse el pan, es una ocupación, tanto para usted como para mí. La elegí de entre una larga lista de modelos porque creí que me sería útil, y ahora no es cuestión de llamar a otra. De manera que entendámonos y olvide la diversión."

El tipo opuesto, la muchacha que no sabe reír naturalmente cuando es necesario, es otro problema. Nada causa tan mala impresión como una sonrisa artificial. Lo mejor en ese caso es abandonar momentáneamente vuestra cámara, pero sin decirle que su sonrisa es inexpresiva. Ofrecedle un cigarrillo, contadle algo gracioso. Lo principal es transmitir un estado de ánimo, y esto puede hacerse fácilmente. Vosotros sois en realidad los actores, y la modelo el medium, como lo son vuestras pinturas y demás material, a través del cual vosotros creáis el drama y la caracterización. No podéis mirarla con una cara "fúnebre" y decirle que sonría. La naturalidad de la sonrisa de la modelo es lo que establecerá esa diferencia que existe entre un trabajo corriente y otro en el que existe esa chispa indefinible de gracia. Técnicamente, una expresión no es más que una forma con luz, medio tono y sombra. Pero el espectador que mira vuestro cuadro ve un rostro, humano y expresivo.

La imaginación es contagiosa, los estados de ánimo son contagiosos, y el espíritu que alienta tras un cuadro es el noventa por ciento del mismo. Estad permanentemente alertas para captar el drama en lo que os rodea. Observad lo que hace la gente, observad sus manos, sus ojos y sus bocas, sus actitudes inconscientes. Es sorprendente contemplar los cambios que se operan en un solo rostro, y cómo las expresiones se asocian con los pensamientos. No es un mal plan pararse ante un espejo y fotografiarse a sí mismo con diversas expresiones. Descubrid después qué es lo que hace que una expresión sea dura y otra jubilosa, horrorizada o asustada. Todo está dado por un sutil movimiento de las formas y las líneas faciales. Tratad de no dibujar nunca una cara que no parezca estar pensando en algo.

La expresión es muy difícil de captar cuando se pinta directamente del natural, pero no imposible, siempre que logréis al modelo inspirado e interesado en lo que hacéis. Yo tengo en mi estudio un gran espejo movible, que puedo colocar detrás de mí, de manera que cuando pinto directamente el modelo puede observar los adelantos del trabajo. Esto elimina, siquiera en parte, el aburrimiento de estar largas horas inmóvil. Este sistema parece interesar especialmente a los hombres y a las personas de edad, que están dispuestos a posar pero que al mismo tiempo prefieren tener alguna cosa en qué ocuparse.

Quizá todo esto sirva para convenceros de vuestra importancia en relación con el cuadro. Estáis relacionados directamente con cada parte de vuestro trabajo. Esto es el resultado de la combinación de muchos factores, en la mayoría de los cuales vosotros desempeñáis el papel preponderante.



PUESTO QUE LA EXPRESION DEL DIBUJO CONSISTE REALMENTE EN LA CUIDADOSA EXPRESION DE LA FORMA, NO TRATEIS DE INVENTARLA. CAPTADLA PRIMERO CON VUESTRA CAMARA.

INFLUENCIA DEL FONDO

A menudo surge la pregunta de si un fondo es conveniente o no. Como esta cuestión concierne tanto a la cámara como a la realización del cuadro, creo atinado daros algunas sugerencias al respecto.

Ambas soluciones del problema están apoyadas en buenos argumentos; la dificultad reside entonces en decidir en qué ocasiones el fondo es conveniente y en cuáles no. Para obtener la mejor respuesta, debemos tener en consideración el tema propiamente dicho.

Un tema recortado o viñetado contra una superficie blanca lisa, siempre que el fondo se mantenga simple, sin otros elementos, posee una tremenda importancia. El espacio en blanco de una página es a menudo más elocuente que el tono. Forma un diseño en blanco que sostiene al resto del diseño del cuadro. Aisla el material importante, de manera que se lo perciba fácilmente. A menudo se da al espacio en blanco el nombre de "área de respiración". Rara vez, sin embargo, en las ilustraciones o anuncios de las revistas puede el artista disponer liberalmente del espacio en blanco. En primer lugar, el espacio de una página de revista es caro, y pedir al editor que lo sacrifique es como pedir a un comerciante que exhiba un solo producto en su escaparate cuando tiene cincuenta para vender. No obstante, ese solo producto bien exhibido llamaría más la atención y provocaría mayores comentarios que los cincuenta expuestos al mismo tiempo.

Uno de los argumentos que se esgrimen contra la eliminación del fondo es que puede perderse en gran medida la sensación de tridimensionalidad. La ilustración parece "pegada", y se adhiere al plano del cuadro sin dar la sensación de alejamiento. No hay duda de que la sensación de profundidad hace que el ojo se sumerja en el cuadro, de la misma manera que el ojo se siente instintivamente atraído por un espejo, una ventana, una puerta abierta o un agujero en el piso o la pared. Si el tema está recortado con contornos duros en toda su extensión, el ojo puede adquirir excesiva conciencia del contorno a expensas de la forma; cuando se elimina la relación normal del tema con su escenario, el cuadro puede resultar un tanto barato. Esa dureza puede parecer irritante y fuera de lugar. Los bordes que parecen recortados a tijera no tienen nada que hacer en el arte.

De todo esto se deduce que, cuidándose de no caer en ninguno de los dos extremos, pueden aprovecharse las ventajas de cada uno de los sistemas y prescindir de los inconvenientes.

Lo primero que debemos hacer para determinar si conviene el fondo o no, es observar el tono del tema. Si no se piensa en los valores, puede obtenerse una inesperada ganancia o pérdida de vitalidad. Si lo que queremos recortar es ya de un tono claro, y los blancos están sostenidos solamente por delicados grises y oscuros, el resultado, sobre un fondo blanco, será negativo. Volviendo a nuestros cuatro planes tonales básicos, recordaremos que la mayor vitalidad se encuentra en los cuatro tonos básicos. Vemos en la página siguiente, arriba, cómo la cabeza pierde decisivamente en vitalidad e "impacto" cuando está colocada contra un fondo blanco. Como en el tema predominan ya los tonos claros, al no dársele oscuros o negros para contraste desciende a la mitad inferior de la escala de valores. En mi opinión la misma cabeza tiene cuatro veces más "impacto", por lo menos, contra el fondo negro, que aumenta el valor y da profundidad al tema.

Con la cabeza al pie de página ocurre justamente lo contrario. Es blanda y grisácea cuando está rodeada por un fondo gris; colocando la misma cabeza contra fondo blanco se logra un evidente aumento de vitalidad. Lo que hemos hecho aquí es lo mismo que hicimos en el primer caso, en realidad: completar la escala de valores hasta abarcarla en su totalidad, del blanco al negro. En este caso la cabeza se convierte en medio tono y oscuro contra blanco, y en el primero medio tono y claro contra oscuro. Ambos procedimientos persiguen, pues, el mismo propósito.

En los casos en que se prefiere el fondo blanco, pero se quiere evitar la sensación de cosa recortada o pegada, algunos de los bordes deben ser suaves, o bien se debe permitir que parte del fondo blanco penetre de alguna manera al tema propiamente dicho que, así, parece "entrelazado" con su fondo como debe ocurrir con todas las buenas viñetas y dibujos.

Es decir, que el tema mismo determina lo que debe hacerse, y el conocimiento de estos hechos da una amplia base para adoptar en todo caso la decisión correcta. Este pequeño problema se os presentará muy a menudo. Si sabéis solucionarlo, podréis a menudo lograr efectos sorprendentes que, de otra manera, serían vulgares.







QUE ES INVENCION, Y QUE ES IMAGINACION

Muchos estudiantes caen en un estado de total confusión cuando se les dice, una vez, que no hay que falsificar los hechos, y otra, que es preciso emplear la imaginación. Vale la pena debatir el problema aquí. Para que pueda decirse de un cuadro que hay en él impulso creador, es necesario que el artista que lo hace esté dotado de imaginación; por otra parte, lo que verdaderamente hace grande a un cuadro es su fidelidad a las leyes de la naturaleza y la verdad. Creo que la confusión es susceptible de aclararse y que llegaremos a un aproche básico practicable.

La concepción de un cuadro puede venir de muchas fuentes. A veces el tema es algo que vemos en la vida real y que aceptamos como tema que nos gustaría pintar. Otras, puede concebirse el cuadro para satisfacer una necesidad, partir de la imaginación solamente. En algunas oportunidades un cuadro es una ocurrencia que puede ser dramatizada y expresada. O bien la representación de algo que en nuestra opinión es hermoso y digno de preservarse para que todos lo vean. En otras ocasiones un cuadro es un mensaje que dirigimos a los demás y que no podría ser transmitido por la palabra. O bien, simplemente, un diseño que tiene su propia belleza intrínseca, como la tienen, por ejemplo, una hermosa joya o cualquier otro trabajo bien ejecutado. En arte hay multitud de motivos.

Yo aconsejaría que sólo "inventemos" al iniciar el trabajo, al seleccionar en nuestra imaginación los elementos de que se compondrá la obra. Lo que tratamos de hacer, en realidad, es llevar una cosa de un estado de inexistencia a uno de existencia. De manera que cuando "inventamos" una figura lo hacemos con un propósito. Adoptamos el medio más rápido de captar el objeto en nuestra mente. Una vez que la idea está establecida, debemos acudir a los hechos verdaderos y traer a la vida la concepción original, trabajando con un modelo vivo o con cualquier otro fragmento de realidad.

Si esto es "inventar" o no, depende de lo que persiga el artista. No debe querer inventar el efecto de la luz sobre la forma, por ejemplo. Pero yo creo que si trata de elaborar un diseño y una composición no debe siempre aceptar las cosas tal cual son. Debe decidir si lo que quiere hacer exige una versión literal de la realidad o no. Debe buscar los hechos y usarlos a discreción, pero no solamente porque son hechos. El artista tiene el privilegio de escoger y ordenar los materiales con que trabaja. No puede usarlo todo, ni lo desea. Si honestamente creéis que podéis hacer lo que buscáis sin ayuda de modelos, sin recurrir a la naturaleza, pues hacedlo sin vacilaciones. Yo creo en la conveniencia de realizar todo el trabajo preliminar —composición, esbozos, etc.—, sin ayuda material. Creo que en la concepción elaborada de esa manera hay más aliento creador. Una vez realizado esto podemos buscar los hechos que necesitamos para aplicarlos allí donde experimentamos su necesidad. También podemos reunir todos los hechos primero: estudios del natural, fotografías, esbozos de exteriores en color, esbozos a lápiz, etc. Una vez estudiados, realizamos el trabajo final prescindiendo de ellos, reteniendo en nuestra mente lo que hemos aprendido y sometiéndolo al filtro de nuestra imaginación. No podrá decirse que inventáis una figura, si después de haberla pintado tomándola de la realidad, prescindís de los estudios preliminares y la realizáis con ayuda de vuestra memoria e imaginación. Cualquiera de los dos procedimientos es perfectamente sólido.

Con todo esto quiero decir que si conocéis un tema lo bastante, no "inventaréis". Un hombre que conoce aviones puede pintarlos en vuelo, sin que por eso se diga que los está inventando. Un pintor que conoce caballos puede pintarlos en acción sin necesidad de estar viéndolos en ese preciso instante. Y si nosotros conocemos la figura, no la estamos inventando en realidad. Nuestro trabajo no es más que la culminación de un estudio concienzudo. Inventar es malo solamente cuando no sabemos lo que estamos haciendo. Si no sabemos qué es la forma, no podemos abrigar esperanzas de dibujarla correctamente.

El color puede ser puramente imaginativo, y siempre que los valores y las relaciones sean correctos, puede inclusive tener mayor belleza que en la vida real. En mi opinión, esto no es inventar el color, sino comprenderlo.

No hace mucho un estudiante me trajo sus dibujos, mostrándose muy orgulloso por "haberlo sacado todo de su cabeza". Considerando su trabajo desde ese punto de vista, merecía considerable alabanza. Pero a pesar de sus heroicos esfuerzos en pos de lo que a su criterio era una originalidad absoluta, los dibujos no estaban lo suficientemente bien realizados como para competir en pie de igualdad con el trabajo de un dibujante realmente avezado.

No podía esperar competir con quienes aprovechan al máximo las ventajas del modelo y la copia fotográfica, ya que no podía poner a cada uno de sus dibujos un letrero indicador de que los había realizado sin ayuda ni estudio. Hasta es posible que tuviera conocimientos más avanzados que el pintor corriente que trabaja con modelos, pero éste inevitablemente lo derrotaría en la práctica diaria. Quizá deba darse más crédito a un autodidacto que a un universitario. Pero la forma en que hacemos las cosas importa menos que el resultado último. Lo que vale es la realización.

El artista más consumado no inventa si puede evitarlo, porque ha aprendido que la verdad en sí es mejor que la apariencia de la verdad. En el mejor de los casos, estamos ya limitados para captar la verdad, de manera que ¿para qué cargar nuestro trabajo con complicaciones innecesarias? Dibujar del natural no significa falta de originalidad. Si he sido yo quien ha concebido una pose determinada, y aun si la he fotografiado, asegurándome de que esa concepción está sólidamente basada en los hechos, el resultado no es por eso menos mío.

Alguien le había dicho al estudiante de que hablo que dibujar basándose en una fotografía era un fraude. En mi opinión no es más fraudulento que el trabajo del grabador que trabaja con una heliografía. Sería fraudulento utilizar la foto si ésta fuera propiedad de terceros. En este caso sería más apropiado llamarlo un hurto. Si el dibujante calcara o proyectara directamente la fotografía en su dibujo, el cargo estaría justificado hasta cierto punto; pero utilizar una foto como simple fuente de información es lo que hace un abogado al basar su caso en los libros de leyes a su alcance.

La solución es no inventar lo que podéis descubrir. No podéis discutir contra el hombre que posee hechos que no poseéis. Si el cuadro aspira a ser representación de la verdad sólo gustará en la medida en que sea verdadero.

Debe recordarse que todo cuadro es una ilusión hasta cierto punto, pero una ilusión de forma en el espacio, que da cierta sensación de realidad. O, por el contrario, un cuadro puede estar desvinculado de la realidad, ser un producto de la imaginación pura. En este último caso puede ser necesario, en cierta medida, inventar —si queremos emplear la palabra— el cuadro, pero yo prefiero considerar este aproche como una cosa distinta. Difícilmente puede admitirse que expresar los propios pensamientos sea un subterfugio. Podemos pintar nuestra concepción de la vida en el planeta Marte. Podemos inventar formas, sin temor a la censura. Podemos inventar flora y fauna, texturas o cualquier otra cosa sin necesidad de soportar interrogatorios acerca de los derechos de nuestra imaginación. Lo único que debe preocuparnos es no incurrir en interpretaciones erróneas, no ejecutar un mal trabajo y creer, por ignorancia, que es bueno. Si perseguimos la expresión individual, podemos idealizar, glorificar, aun distorsionar, en uso de nuestros derechos de artistas creadores. Que semejante libertad sea o no aceptada por los demás no implica que esté bien o que esté mal: cada uno tiene derecho a ejercitar sus preferencias, como a practicar la religión que le convenga. Toda desviación de la ortodoxia puede suscitar disputas y aun reducir las posibilidades de aceptación. Pero consideraciones comerciales aparte, el derecho del individuo a crear como juzga conveniente no puede discutirse.

El artista puede complementar los hechos con su imaginación, sacando la mayor utilidad de unos y otra. El arte depende de la imaginación tanto o más que de los hechos. Buscar sólo una versión literal de la realidad equivaldría a rebajar nuestro nivel mental al de la cámara.

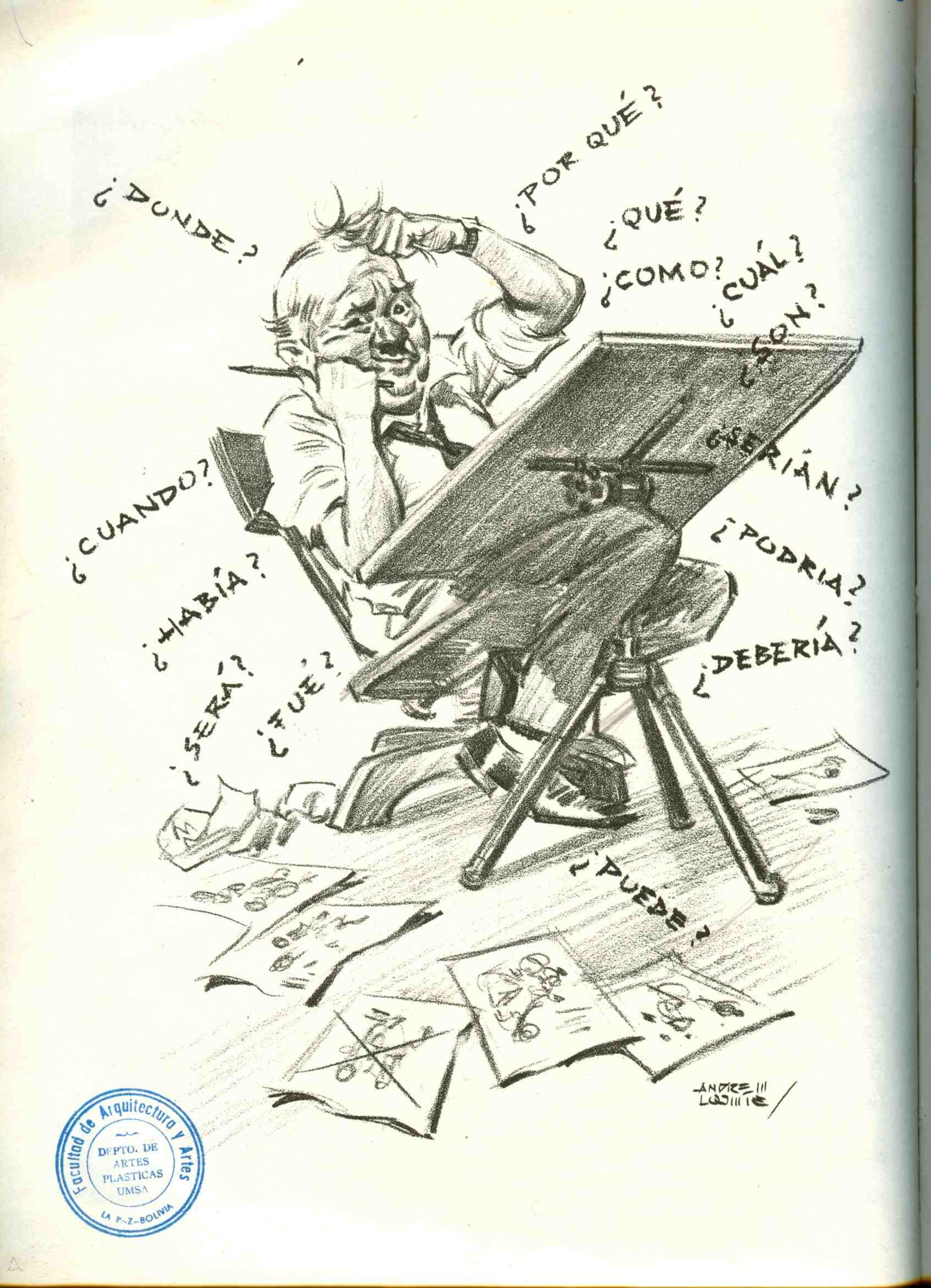
Si la imaginación puede ser cubierta con un manto de la realidad, éste ha de ser el modo lógico de acercarnos a las mentes realistas, llevándolas a través de la realidad a los dominios de nuestra imaginación. Pero si les damos algo completamente imposible para su propia imaginación, difícilmente lo acepten. Podemos elegir entre trabajar para el propio placer, o buscar un modo de ser comprendidos por ellos. Nada nos impide buscar innovaciones como las que Gauguin pintó en su isla tropical, si estamos dispuestos a segregarnos de la sociedad.

Tal vez las leyes de Newton fueron en la física sólo un punto de partida, pero concebido con arreglo a la verdad. Antes de la invención de la máquina de vapor nadie había oído hablar de ella, pero al construírsela se tuvieron en cuenta realidades fundamentales conocidas. Con este criterio prefiero enfocar la imaginación en arte. "Invención" no es el nombre que le cuadra. Quizá la mejor orientación consista en preguntarse si la verdad que uno percibe interiormente no tiene mayores alcances que la que percibe visualmente. Si estáis convencidos de que la imaginación es más trascendente que los hechos, no vaciléis en confiaros a ella.

UN TEMA "IMAGINATIVO" NO NECESITA SER "INVENTADO"






¿DONDE?
¿POR QUÉ?
¿QUÉ?
¿COMO?
¿CUÁL?
¿SON?
¿SERIÁN?
¿CUANDO?
¿PODRIA?
¿HABÍA?
¿DEBERÍA?
¿SERÁ?
¿FUE?
¿PUEDE?

QUINTA PARTE



UN METODO LOGICO

1. Plantead problemas interesantes.
2. Resolvedlos con eficacia.
3. Basaos en los deseos y atracciones.

COMO HACER UN CUESTIONARIO

Nada hay tan difícil para el artista como sentarse ante una hoja o una tela en blanco y tratar de producir una idea. Las ideas parecen venir de la nada, o como resultado de una experiencia o de otra sugestión. Pero hay por lo menos un método probado que puede llevarnos a las ideas, y consiste en dirigir la mente por apropiados cauces de pensamiento y concebir en primer término un propósito, y tratar después de satisfacer las exigencias de ese propósito. Una idea sin propósito parecerá, en el mejor de los casos, más o menos intrascendente y mal concebida; de manera, pues, que busquemos el propósito, y la idea vendrá tras él.

Suponiendo que las preguntas inteligentes arranquen respuestas inteligentes, podemos empezar con un cuestionario. Tomad una hoja de papel y en el margen izquierdo escribid todas las palabras o grupos de palabras que se os ocurra pueden servir para empezar una pregunta. Supongamos que estamos buscando maneras de hacer propaganda para un producto. Plantead todas las preguntas concebibles acerca del producto. Cuando ya no se os ocurra ninguna otra, proceded a contestar vuestras propias preguntas, o por lo menos a obtener los datos que os servirán para contestarlas. Vuestro cuadro, el tema y su presentación pictórica, están invariablemente ocultos en las preguntas. Esta es una manera de sacar los hechos a la luz, de transformarlos en cosas tangibles que os sirvan para trabajar. La ilustración de hechos tangibles se torna comparativamente fácil. Es un modo de transformar el pensamiento abstracto en pensamiento concreto.

Las realidades suscitan imágenes mentales. Si yo digo que el producto es saludable, vosotros conjuráis en vuestra mente una imagen de la salud. Si afirmo que el producto da actividad, pensáis en una u otra forma de actividad. Esta es, pues, la función del cuestionario. Ahora es cuando vuestro lápiz debe empezar a trabajar. De las preguntas empiezan a surgir pequeñas sugerencias.

En el cuestionario de muestra —ficticio— que os doy más adelante, he elegido intencionalmente un producto que a primera vista parezca lo menos romántico y falto de inspiración del mundo: un queso común. Descubrí en mis respuestas que continua, aunque inconscientemente, insistía sobre el factor energía. Supongamos, pues, que tomamos a la energía como tema. ¿Cuáles son sus posibilidades? Nuevas preguntas vienen a la mente. ¿Quién, de entre los miembros de la familia, es el que más necesita energía y vitalidad? En realidad, la energía de papá es sumamente importante, ya que el bienestar de toda la familia de pende de él. Ahora bien; papá, ¿es práctico como tema para una revista de mujeres? Creo que sí, pues toda mujer está instintivamente interesada en mantener a su esposo en buen estado de salud. Tenemos un aproche nuevo y diferente. Por contraste con el material que suelen contener esta clase de revistas, nuestra serie de anuncios debe atraer considerable atención.

Ahora bien, ¿cómo podemos ilustrar el tema "nueva energía para papá"? Suponed que insertamos en el anuncio un pequeño recuadro de papá como era antes, y un cuadro grande mostrando cómo es ahora. El cuadro grande debe estar lleno de acción. Una de las respuestas nos indica que tiene "energías para derrochar". ¡Excelente! Tratemos ahora de ilustrar ese derroche de energías. ¿Qué os parece si lo hacemos jugar a la pelota con los chicos, cuando antes solía descansar tendido en una hamaca? Tal vez pasa a nuestro lado montado en una bicicleta o caminando más rápido que los niños... o aun empujando el cochecito del bebé. Ahora ya tenemos algo con qué trabajar, y las ideas empiezan a adquirir forma. En la página 213 os doy los esbozos correspondientes al tema.

Suponed ahora que después de nuestra primera tentativa recogemos la impresión de que el hecho de que el producto es un alimento está subordinado, no está lo bastante acentuado. Sin embargo, al cliente le gusta el tema. ¿Podemos atenernos al tema y al mismo tiempo recalcar más el producto? Eso es sencillo. Podemos pintar alguna comida de delicioso aspecto, y subordinar las figuras utilizándolas para decorar la página. Podemos intentar, si queremos, otro aproche diferente. Papá puede aparecer empujando la segadora de pasto, y mamá el aspirador de polvo. Podemos procurarnos un libro de recetas de cocina y elegir entre ellas una que contenga queso cremoso, y ya tenemos todos los elementos necesarios.

Las ilustraciones de productos alimenticios presentan mejor aspecto cuando están pintadas en color, pues los alimentos en blanco y negro tienen poco atractivo. De las mismas respuestas a nuestro cuestionario podríamos haber elaborado otros aproches — la hacienda fina, la producción sanitaria, el aroma del queso, el gran número de vitaminas y otras cualidades saludables, la diversidad de usos, etc.

BUSCANDO IMPULSOS BASICOS PARA CONCEBIR IDEAS

Este es el procedimiento casi universal adoptado por la mayoría de las agencias y departamentos de publicidad. Los anuncios se basan esencialmente en la psicología. La psicología humana ha sido sometida a "tests" tan intensivos que resulta innecesario poner en duda la teoría de los atractivos básicos. Se ha probado más allá de toda duda que hay en nosotros deseos e instintos básicos, y que determinados llamados a esos instintos producen reacciones definidas y previsibles. No es necesario probar que una mujer normal desea ser lo más atractiva posible, que un dirigente financiero exige eficiencia, que la mayoría de los seres humanos deseamos libertad. Al mismo tiempo que las cosas que gustan a la gente y que ésta desea, sabemos también cuáles son las que normalmente la irritan, o de las cuales desea escapar. También puede especularse sobre esas cosas, sugiriendo la vía de escape: por ejemplo, un escape aunque sea parcial de las tareas domésticas para la esposa corriente.

En la página 215 he preparado algunos ejemplos de cómo pueden desarrollarse ideas a partir de los motivos básicos de atracción. En primer término, se elige el tipo de atracción, y después se empieza a pensar en las maneras de expresarlo. Este es el procedimiento más directo y positivo de obtener una reacción del lector, y suministra un amplio campo de acción a la originalidad y al impulso creador.

MOTIVOS GENERALES DE ATRACCIÓN

Cada uno de éstos podría encabezar una columna, pero los damos aquí simplemente como puntos de partida de otros subsidiarios.

1. Instinto maternal
2. Instinto de la propia conservación
3. Instinto de protección
4. Deseo de escapar
5. Instinto del miedo
6. Deseo de estar libre de dolores
7. Deseo de poseer
8. Deseo de agradar
9. Deseo de ser alabado
10. Deseo de sobresalir
11. Orgullo de la propiedad
12. Deseo de atraer la atención
13. Deseo de dominar
14. Deseo de obtener ganancias.

Siempre que nos atengamos a las cualidades conocidas del ego humano, no podemos equivocarnos por un gran margen. Quizá de vez en cuando se encuentre a alguna madre que no ama a sus hijos. Pero puesto que la mayoría los ama, no podemos equivocarnos si basamos nuestro llamamiento en ese amor maternal. De cualquier manera que esa reacción del instinto maternal se obtenga, el éxito es seguro. Esto se aplica a tantos instintos básicos, que ningún hombre capaz de reflexionar debe decir que no hay una base de aproche para crear ideas. El ambiente está lleno de ellas, cuando el tema se reduce a simples términos de conducta humana.

La diversidad de los seres humanos es, principalmente, una diversidad de experiencias y propósitos. El hecho de que nos diferenciemos en nuestra conformación superficial no tiene gran importancia. Uno desea cantar, otro bailar y otro escribir la música, pero todos quieren llamar la atención y merecer elogios. Que el hombre no lleve a cabo estos deseos no quiere decir que falte el impulso básico, puesto que unos pueden contentarse con soñar que realizan mientras otros realizan verdaderamente. No tenemos más que analizar nuestros propios deseos para aproximarnos a los de los demás. Nosotros deseamos sobresalir, brillar, y el prójimo quiere lo mismo; quizá de una manera distinta, pero no menos intensamente. No nos gusta el ridículo ni el castigo, y al prójimo tampoco. Rechazamos el exceso de autoridad, y él también. Unos y otros tenemos orgullo. El prójimo vive de manera bastante parecida a la nuestra, come las mismas cosas, disfruta las mismas cosas e inclusive, en un sentido general, piensa lo mismo, de manera que cualquier base de aproche que fuera capaz de provocar en nosotros una respuesta determinada la provocaría también en él.

No tenemos más que estudiar cuidadosamente a nuestros conocidos para obtener una sección transversal de la gente, considerada en conjunto. Una reunión en vuestra casa no diferirá gran cosa de otra en la mía, salvo en los nombres y en las personas que concurran. Pero, considerados como un grupo, vuestros invitados se comportarán de manera bastante parecida a los míos. Si una idea determinada atrae a seis de entre diez de ellos, lo más probable es que atraiga a sesenta personas de cada cien, y podéis elevar esta cifra a varios millares, obteniendo el mismo porcentaje, presumiendo que sean normalmente constituídas.

En general, la emoción humana es bastante constante. Todos nosotros registramos, como un termómetro, las temperaturas elevadas y bajas colocadas entre los extremos de la emoción. Lo importante es provocar la emoción deseada mediante los motivos básicos de atracción.

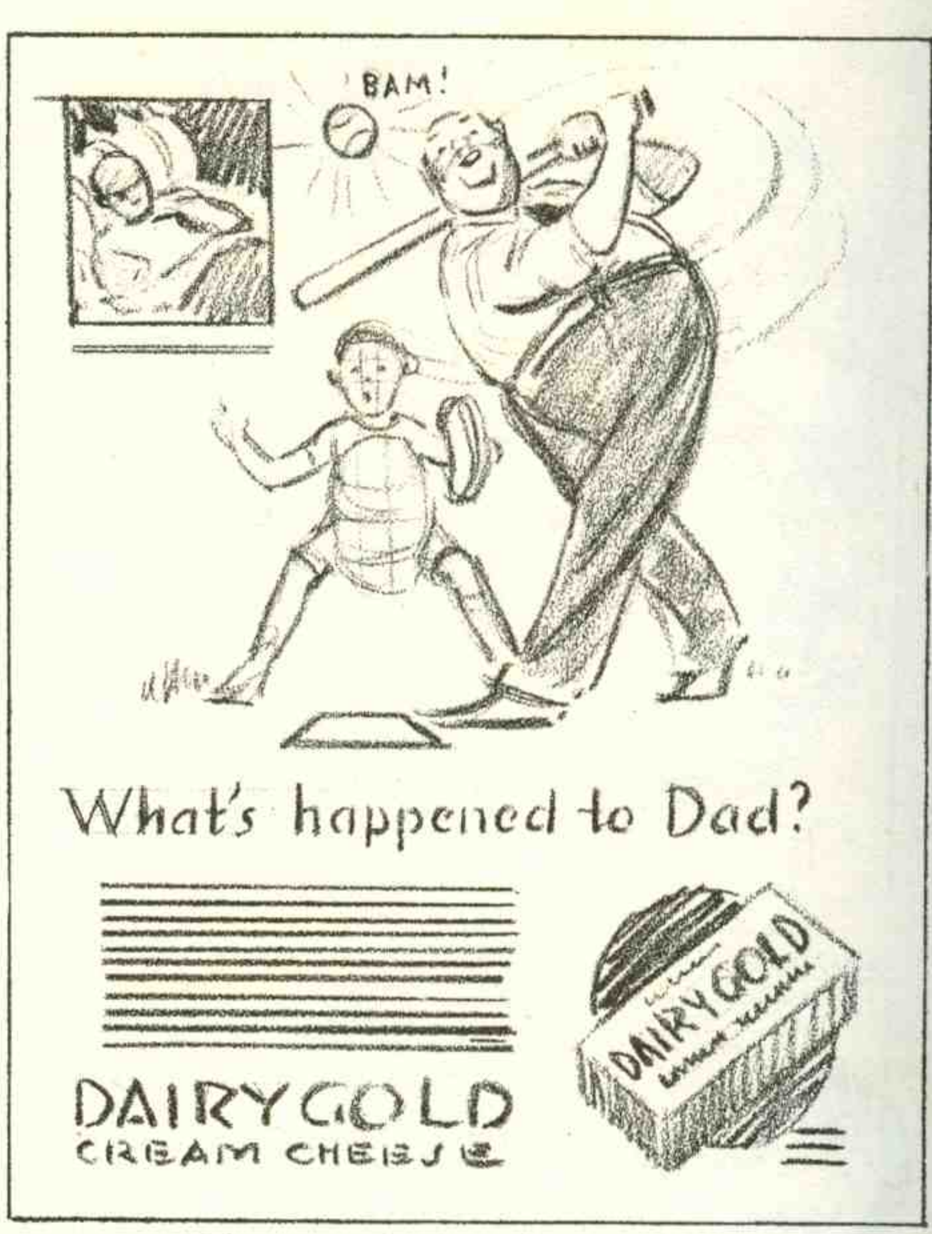
EJEMPLO DE UN CUESTIONARIO

C U E S T I O N A R I O   P A R A   "D A I R Y G O L D"

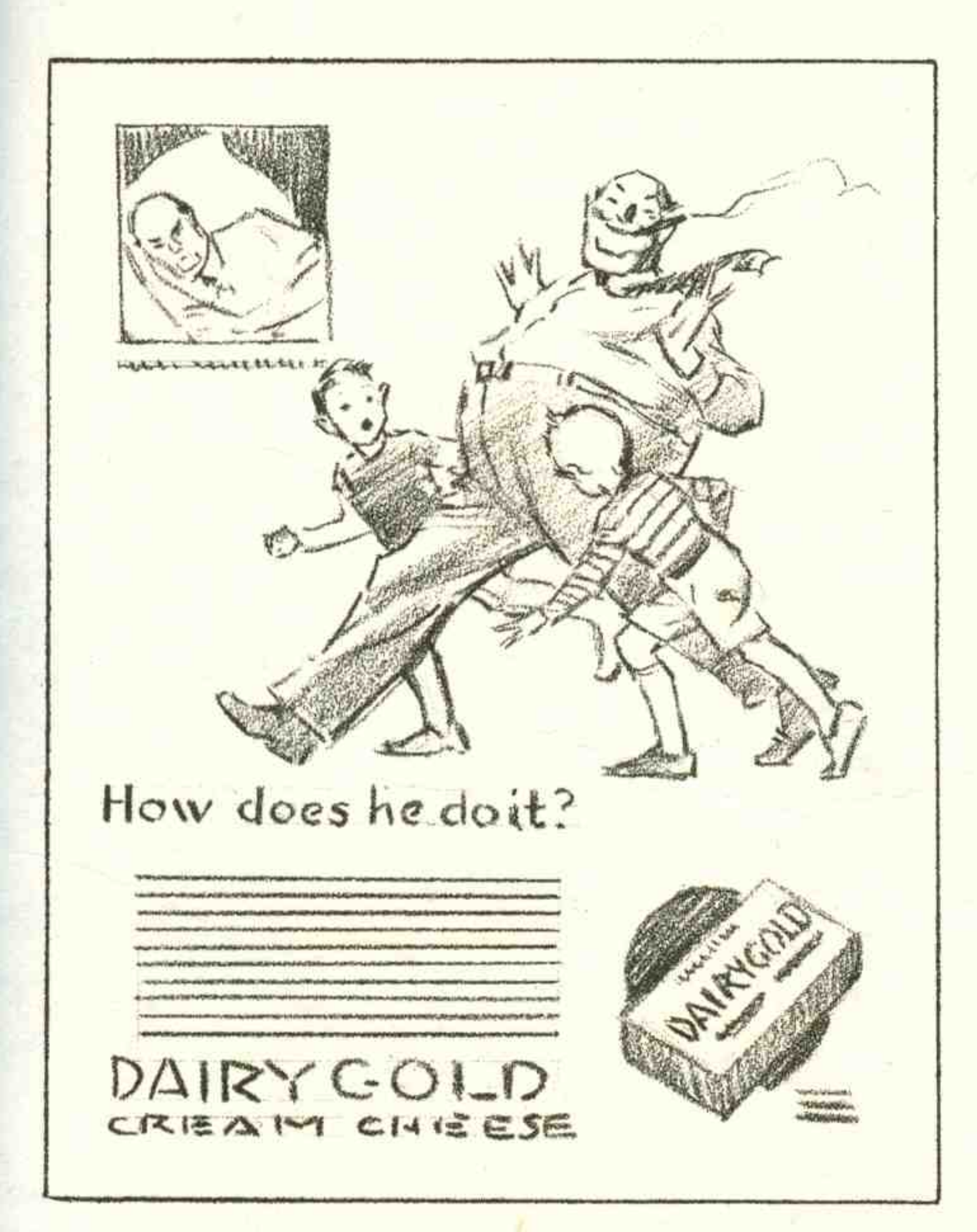
(Un producto ficticio)

¿POR QUÉ este producto?	Porque es puro y a prueba de microbios.
¿QUIÉN es el más beneficiado?	El hombre que necesita energía.
¿QUÉ hace?	Suministra vitaminas esenciales.
¿CUÁNDO lo necesitáis?	Siempre, si queréis ser activos.
¿CÓMO se come?	En muchas formas deliciosas.
¿DE DÓNDE viene?	De las más importantes granjas.
¿POR QUÉ tan bueno?	Por sus cualidades alimenticias.
¿EN QUÉ MOMENTO es mejor?	Cuando estéis fatigados, os dará energías para derrochar.
¿CUÁN A MENUDO podemos comerlo?	En las comidas o fuera de las comidas.
¿TIENE buen sabor?	Gusta a todo el mundo.
¿DEBO comerlo diariamente?	Sí, si quiere desarrollar el máximo de actividad.
¿PUEDE comerlo cualquiera?	Sí; viejos y jóvenes.
¿ES económico?	Sí, por ser tan alimenticio.
¿DEBO probarlo?	Sin duda, para ganar nuevas energías.
¿HAY algo parecido?	Nada que tenga ese aroma y poder nutritivo.
¿EN QUÉ es mejor que los demás?	Conserva todas las grasas útiles.
¿QUÉ comidas son mejores con él?	Frutas, hortalizas, féculas.
¿SON tan alimenticios como éste los demás alimentos?	Sí, pero en cantidades mayores.
¿SI lo como, en qué me beneficiaré?	Realizará más.
¿GUSTA a mucha gente?	Es más popular cada día.
¿PUEDEN comerlo los niños?	Los niños lo necesitan.
¿Y los ancianos?	Se digiere fácilmente; les da energía.
¿CÓMO lo consigo?	Pídalo a cualquier almacenero.
¿Y SI no lo tienen?	Mándenos su nombre; nosotros se lo enviaremos
¿CUÁNTO cuesta?	No cuesta más que otros productos.
¿SE conserva bien?	Su envoltura a prueba de microbios lo mantiene fresco hasta que se termina.





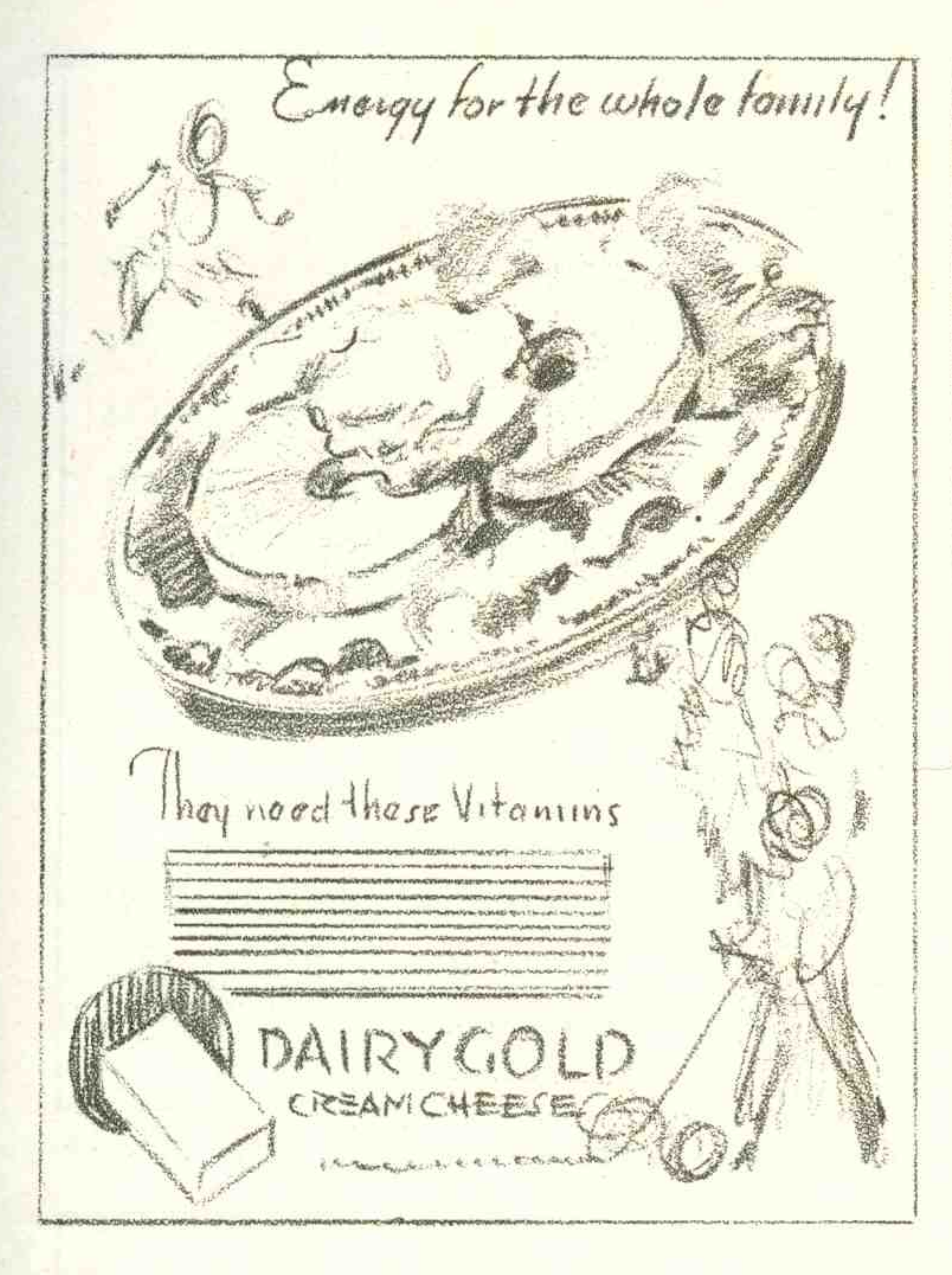
PAPA NECESITA ENERGIA, DE MODO QUE ELABORAMOS UNA SERIE EN TORNO A LA "NUEVA" VITALIDAD DE PAPA.

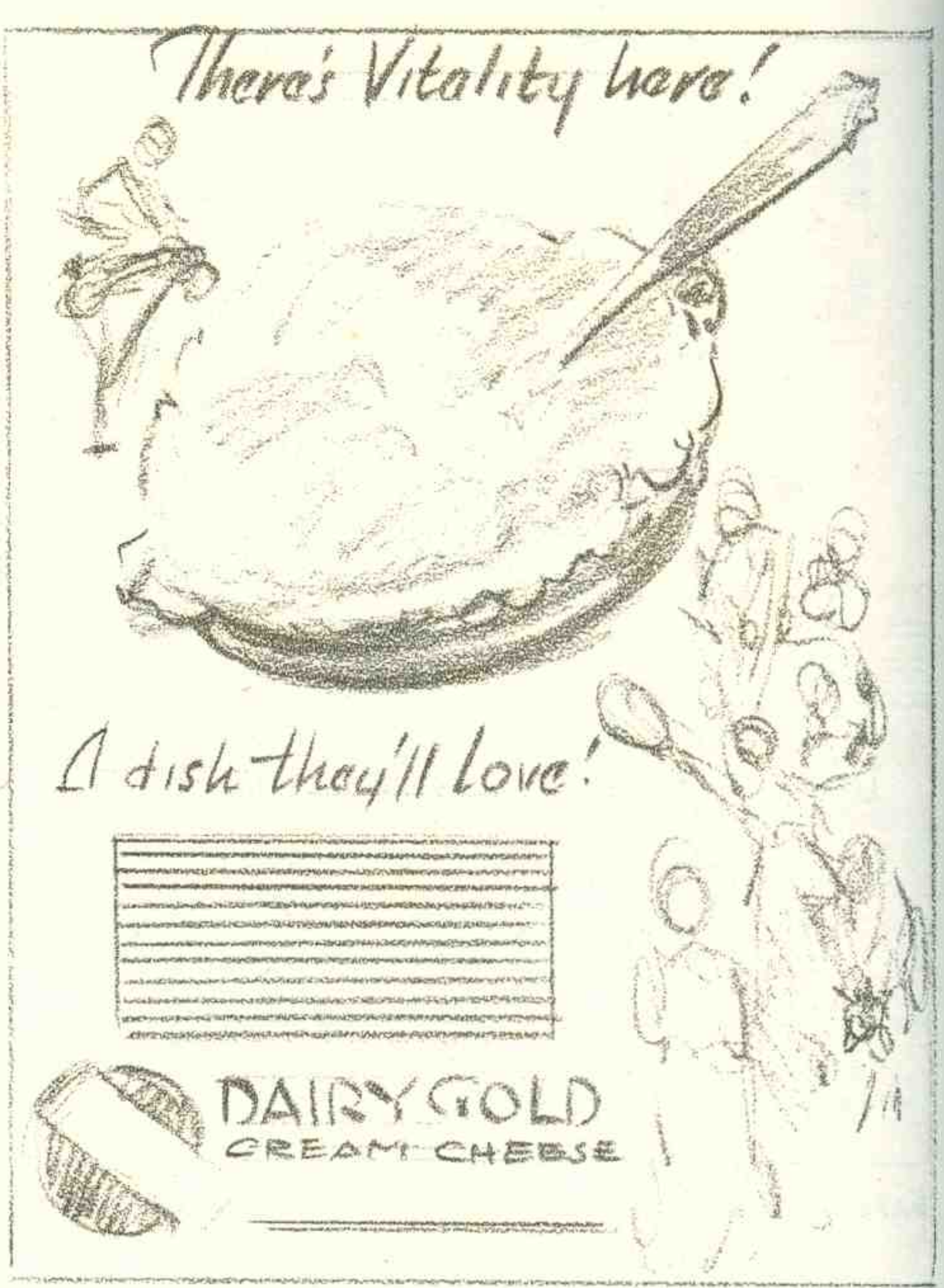


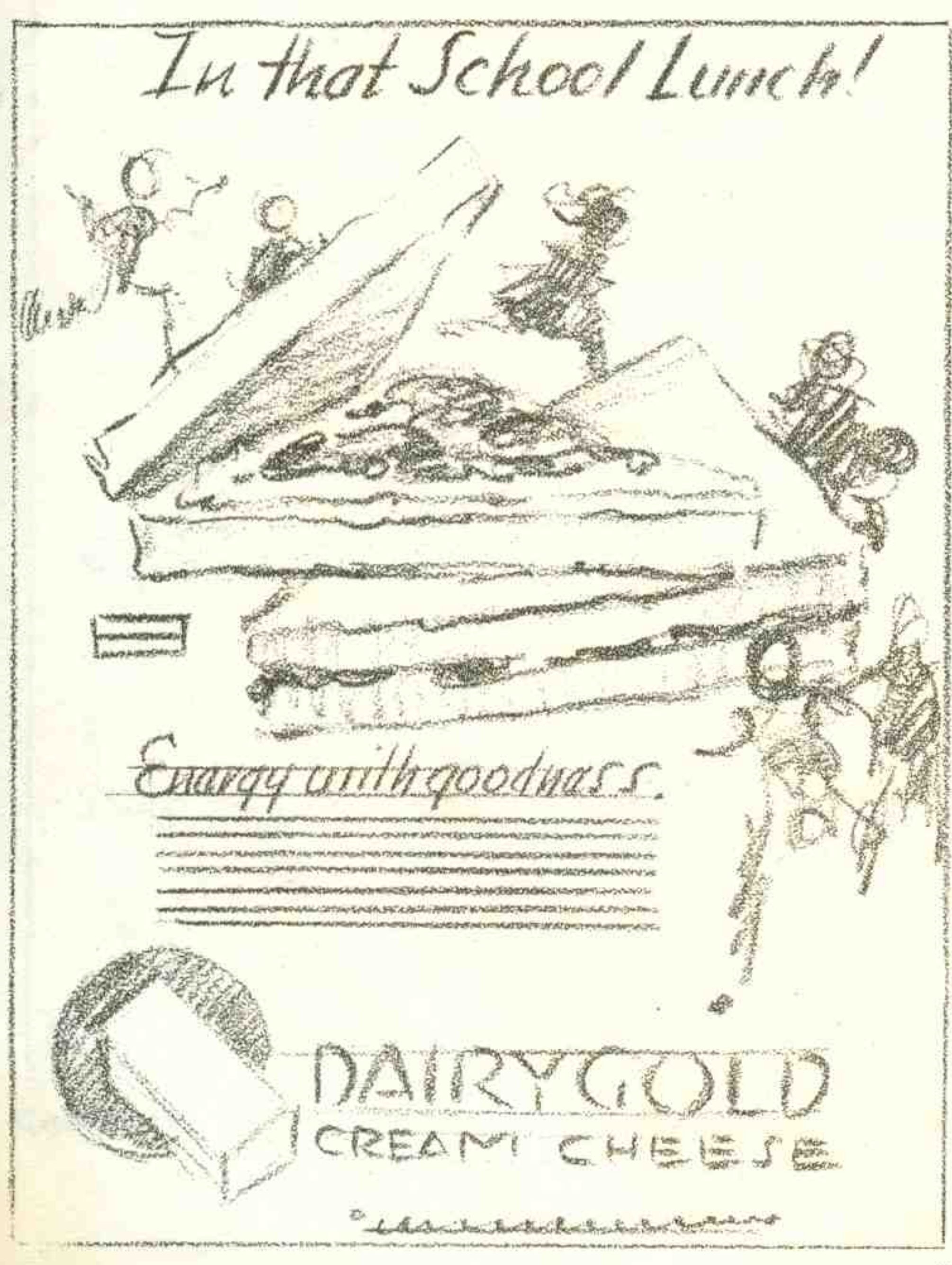


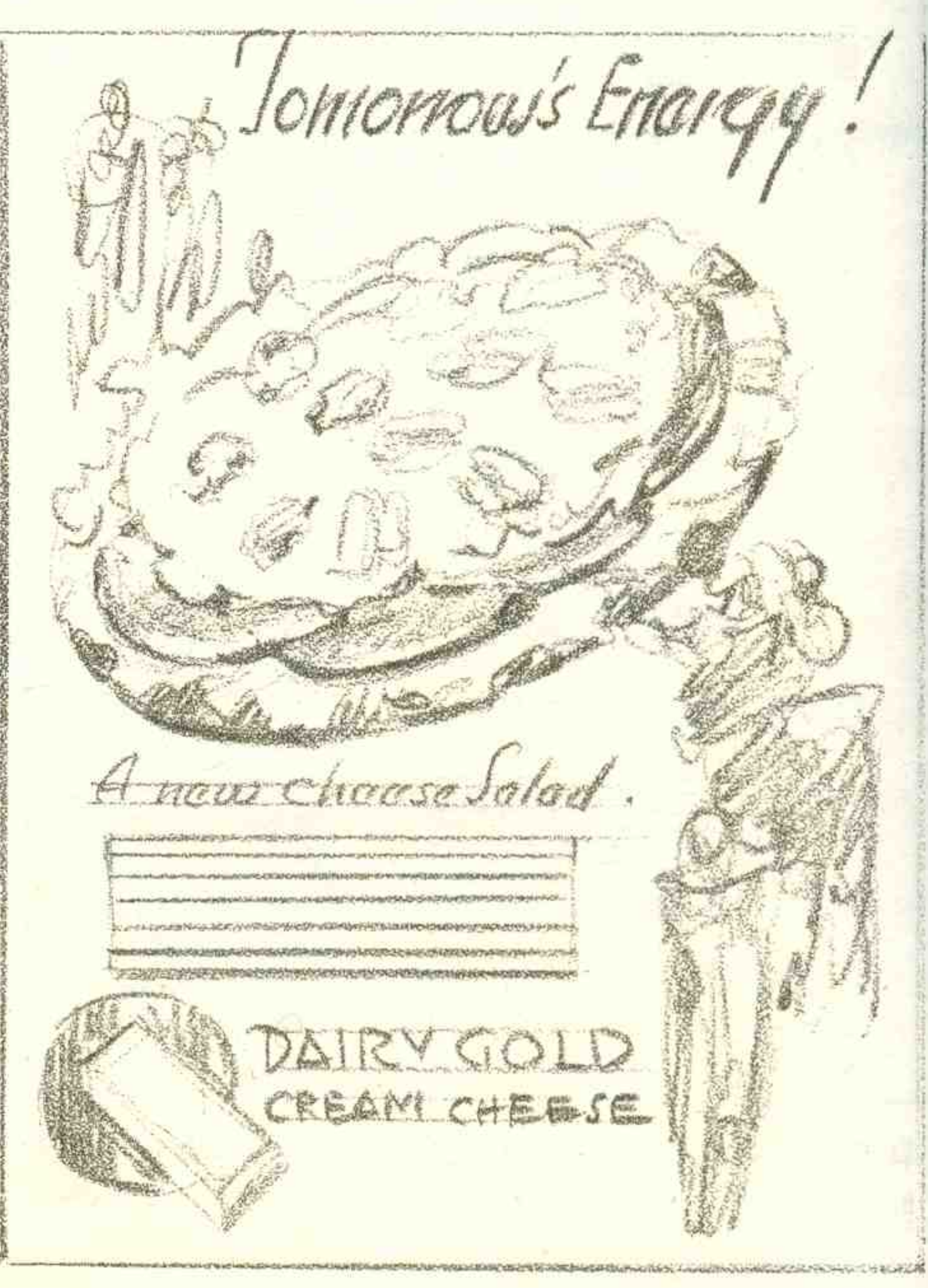
EL PRODUCTO ES FICTICIO, PERO EL APROCHE A LAS IDEAS SOLIDO. LA VITALIDAD DE PAPA REPRESENTA SEGURIDAD PARA EL HOGAR. ¿A QUE ESPOSA NO LE INTERESARIA? ¿O A QUE MARIDO?

UN APROCHE DISTINTO PARA EL MISMO CUESTIONARIO









CREANDO IDEAS FUNDADAS EN LOS ATRACTIVOS BASICOS



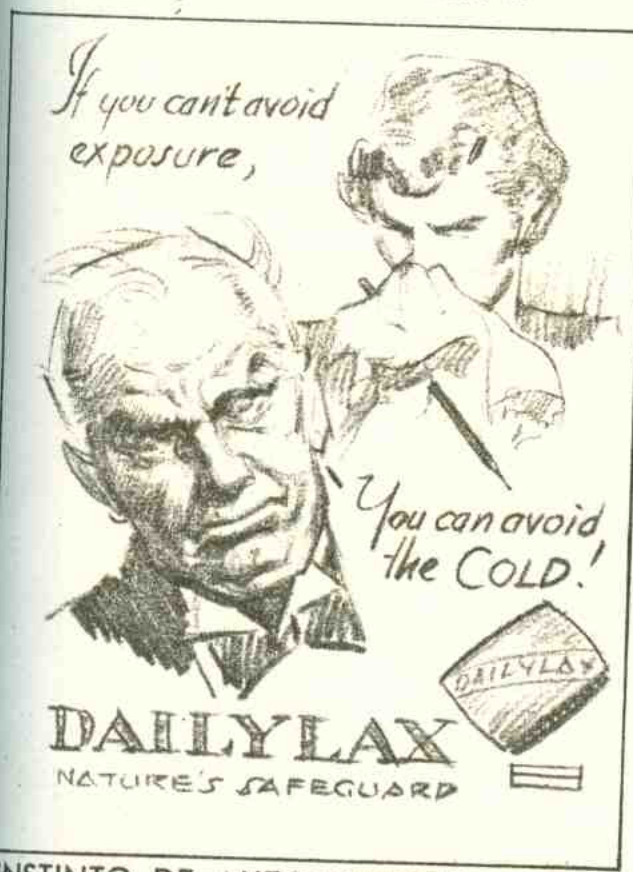
EL INSTINTO MATERNAL



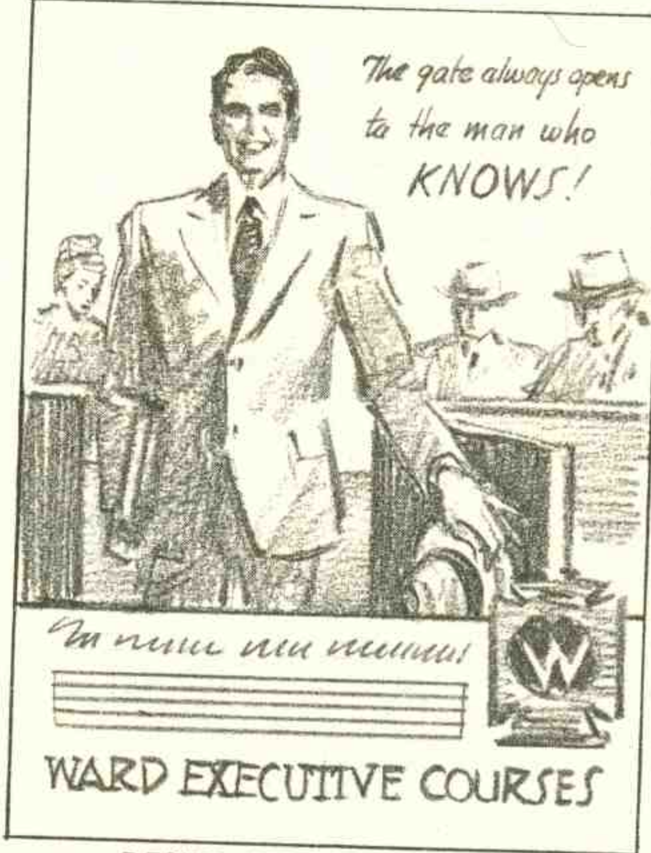
INSTINTO DE PROTECCION



DESEO DE ATRAER



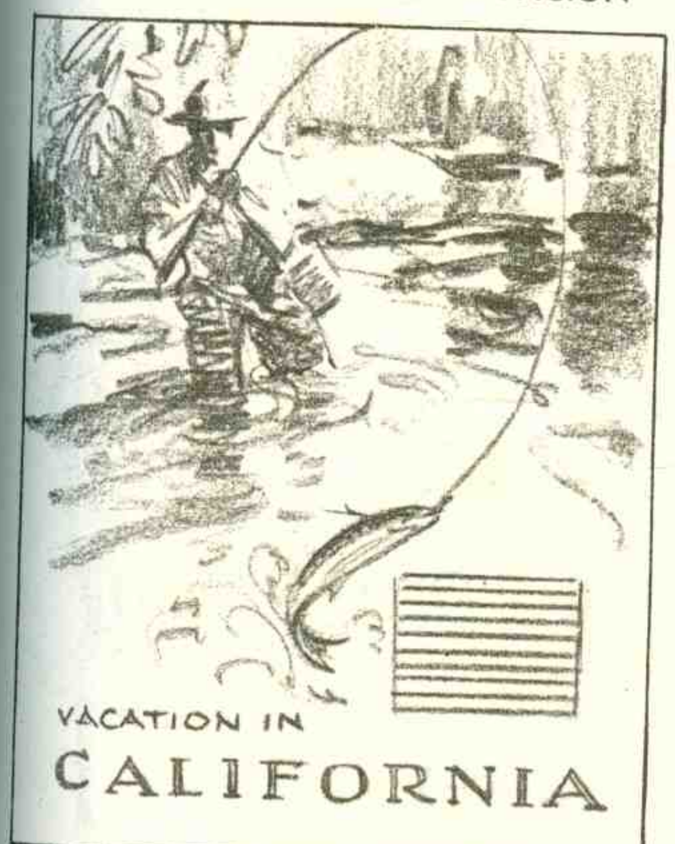
INSTINTO DE AUTOCONSERVACION



DESEO DE SOBRESALIR



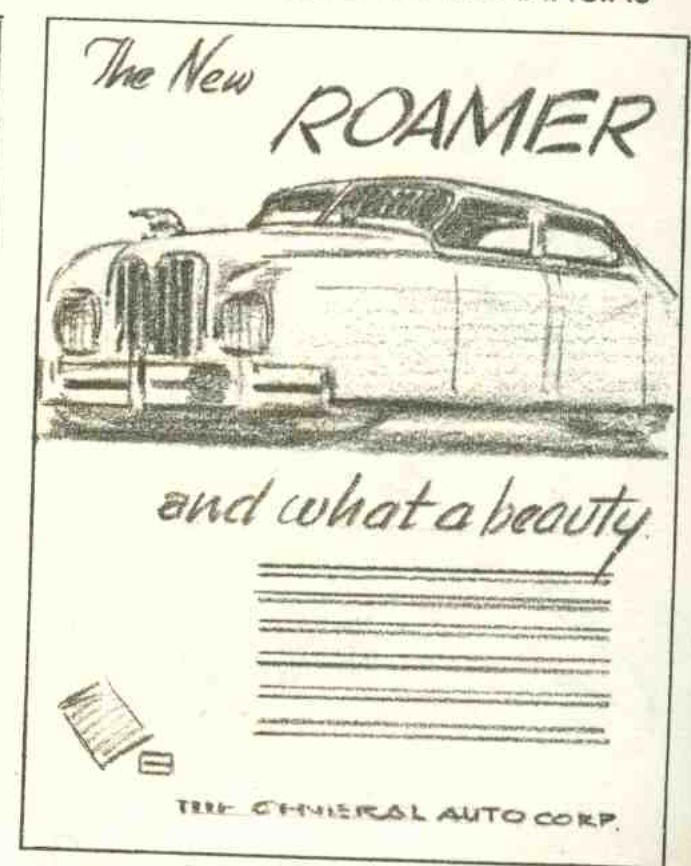
DESEO DE OBTENER GANANCIAS



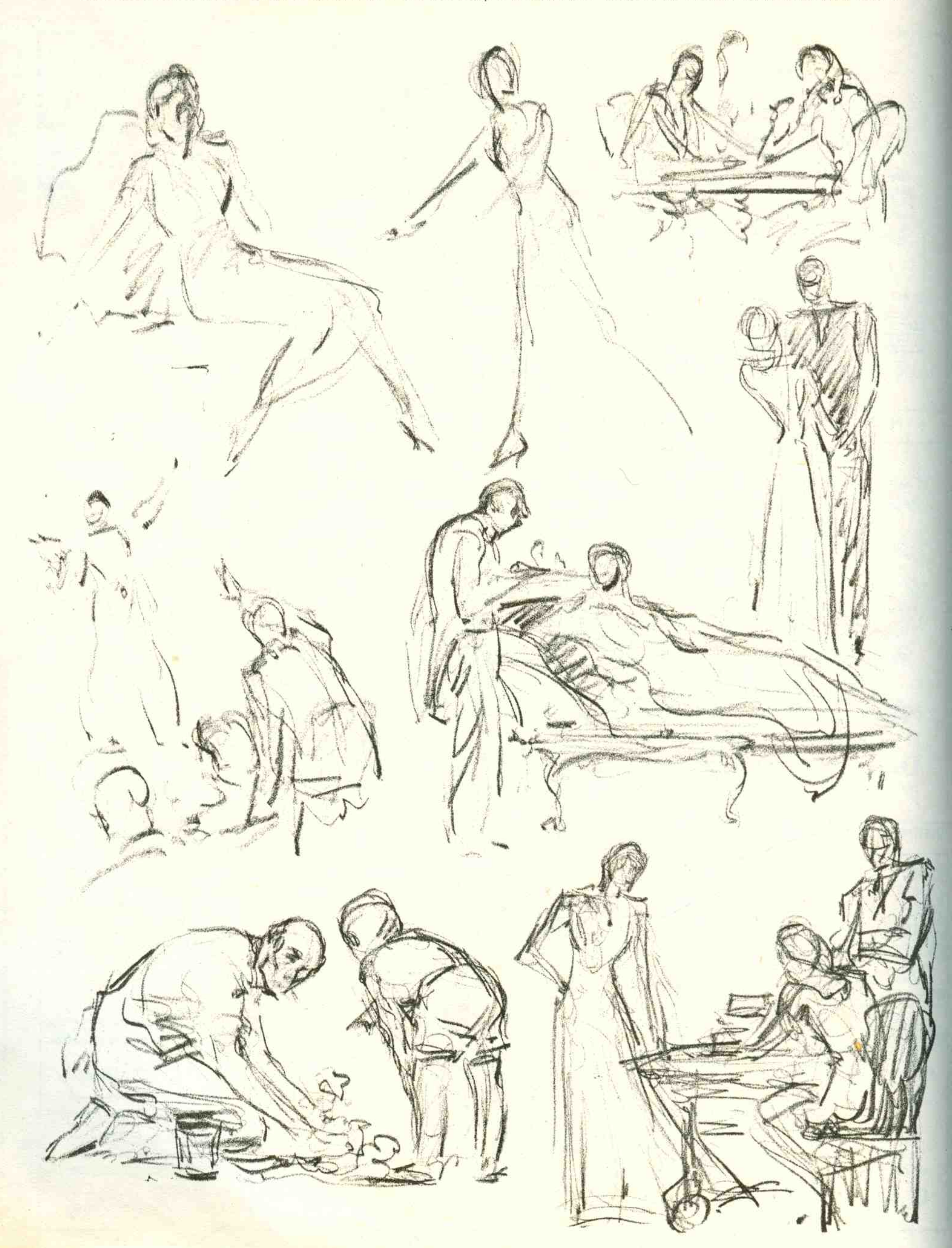
EL DESEO DE HUIR

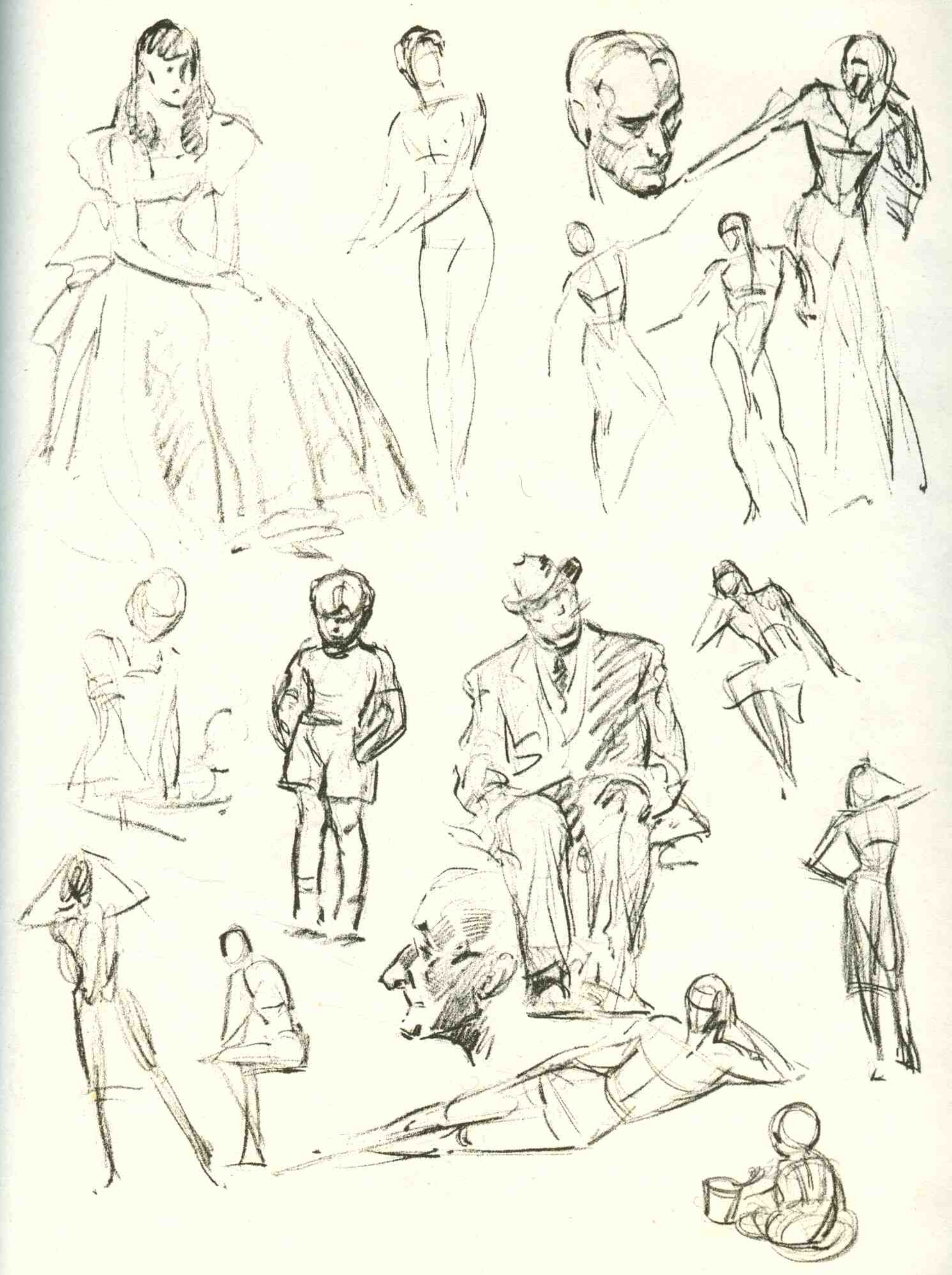


LIBERACION DEL DOLOR



EL DESEO DE POSEER





ACOSTUMBRAOS A DIBUJAR DIRECTAMENTE DE LA VIDA





EL SENTIMIENTO ES LA CLAVE DE LA ILUSTRACION

Es difícil encontrar un hombre o una mujer sin sentimientos, aun cuando se encuentren ocultos y enmascarados, a la defensiva. Debemos dar por sentado que la vida de un hombre no es nunca un lecho de rosas. El sentimiento es el baluarte en el que nos apoyamos, y que nos ayuda a soportar la inevitable monotonía y vulgaridad de la vida. No hablo, claro está del sentimentalismo, ni del sentimiento traído por los cabellos. El sentimiento puede ser usado sutilmente, con tacto, y constituir un recurso de tremenda eficacia; o, por el contrario, puede ser equivalente a agitar la banderilla después de una mala función de vaudeville para obtener un aplauso que la actuación no mereció. Para que sea eficaz, el sentimiento debe ser verdadero.

De todo esto se deduce que ciertos temas están comprendidos dentro de determinados "llamamientos" psicológicos —palabras con las que no designamos otra cosa, en realidad, que el sentimiento—. Un jabón de tocador, por ejemplo, está asociado con el *glamour*, la frescura, la preservación o la obtención de la belleza. La juventud, el romance, la hermosura, son entonces el aproche sentimental. Si de esto pasamos a un jabón para lavar, tenemos el sentimiento del hogar, el amor maternal expresado en ropas limpias, frescas y perfumadas para la pequeña hija. Tenemos a nuestra disposición la eficiencia del hogar, la economía del trabajo, mil y un ejemplos en los que el uso del jabón común expresa sentimientos de una u otra clase. Puede asociarse el sentimiento con un cigarrillo, por medio de la muchacha hermosa y el romance. Otro aproche, en este mismo caso, es el instinto de conservación, al que se aplaca asegurando una menor irritación de la garganta de los fumadores; o la calidad, que es excelente. La venta de harina estará asociada con el llamamiento al apetito: la comida tentadora, las propiedades nutritivas y la buena salud resultante.

Después de una pequeña experiencia descubrimos que la psicología es, decididamente, la base de las ideas creadoras. El reconocimiento del reino psicológico a que un producto pertenece se convierte en un acto casi automático. Nuestro verdadero problema reside en la presentación. He aquí algunos pocos ejemplos de temas dados y sus correspondientes ideas afines:

Perfume	Romance, fascinación, seducción, lo sensual, el sexo.
Leche	La salud, el instinto maternal, el apetito, el hogar.
Comida para el desayuno	Vigor, salud, eficiencia para el trabajo, apetito.
Aspiradores de polvo	Eficiencia, economía de trabajo, tiempo libre para dedicarlo a otras cosas.
Remedios	Liberación del dolor, vitalidad, instinto de la supervivencia.
Bancos	Seguridad, protección contra la necesidad, el hogar, previsión, protección.
Motores	Alivio del trabajo, eficiencia, el hogar, viajes, posesión, seguridad.
Muebles	Belleza, diseño, comodidad, hogar, orgullo.

La lista podría seguir indefinidamente. Encarar así el anuncio equivale a encontrar medios de interpretar los diversos factores de atracción. Lo demás se reduce a coordinar los fundamentos pictóricos adaptándolos al fin perseguido. Recorriendo la lista precedente veréis surgir muchas ideas y temas. Os aconsejo hacer pequeños bocetos.

ACTUALIZACIÓN DE IDEAS VIEJAS

He aquí una mina de oro, si se la aprovecha con inteligencia y ética. Un viejo refrán dice que no hay nada nuevo bajo el sol. Siempre existirán situaciones similares, productos similares y similares aproches. Nadie necesita recurrir a vulgares calcos. Suponed que en una revista vieja encontramos algo que nos parece una buena idea básica. A diario se realiza esta actualización, con un nuevo epígrafe, una nueva composición o presentación. Nuestra inclinación por el juego limpio nos impedirá convertirnos en plagiarios. Sin embargo, como las circunstancias de la vida no cambian mayormente, en líneas generales, es inevitable que los temas se repitan. Una ilustración de una madre bañando a su bebé puede darnos una idea similar. Difícilmente podría considerarse a un tema semejante como propiedad particular de alguien. Pero, en bien de nuestro amor propio, debemos presentar el tema de la manera más original posible. Las revistas viejas son un gran depósito de ideas, y puesto que los temas empleados han demostrado ser de utilidad en el pasado, probablemente lo serán también en la actualidad.

Las ideas para tapas de revistas, en cambio, no deben tocarse una vez aparecidas, a menos que el tema sea general, con amplias posibilidades de variación. Si alguien ha pintado ya a la abuelita inflando la pelota de Jimmy, por ejemplo, ése es un incidente específico, pensado por un artista particular, y todo competidor leal debe considerarlo como de su propiedad y no repetirlo. Pero un tema como una muchacha en skis es tan general que la misma idea puede ser utilizada repetidamente.

Las ideas para tapas deben ser originales en su concepción, oportunas y tener un atractivo general. Deben reflejar los intereses populares, deportes, modas y otras actividades corrientes, y exhibir invariablemente humor y buen gusto. Estarán libres de prejuicios, política, sectarismo religioso, intolerancia racial, crueldad o malos ejemplos de cualquier clase. Si la base de la idea es una broma, deberá ser sana, sin malicia ni ultraje.

Las tapas pueden estar basadas en lo que hace la gente, en lo que le gustaría ser, en la forma en que viven y las cosas que aman. En algunos casos, la tapa de la revista puede ser representativa del espíritu que anima a la revista y aun de su contenido. Familiarizándoos con los estilos de tapas de las revistas más importantes, observaréis que tienden a temas determinados. Mientras en una aparecen invariablemente hermosas cabezas de muchachas, otra prefiere paisajes americanos. A propósito, hay tal superabundancia de cabezas de muchachas, que tendréis más probabilidades si abordáis otros temas.

Las tapas de revistas pueden clasificarse en dos amplias categorías: la de los motivos básicos de atracción y la de incidentes específicos. Todos los motivos básicos de atracción pueden atraer respuestas emocionales. Una ilustración para tapa basada en un llamado psicológico de vastos alcances tiene muchas más probabilidades de aceptación que una construída en torno a un incidente específico. Una hermosa madre con su hijo es un tema de vasta atracción, mientras que una chiquilla que juega con un lápiz para labios es un incidente específico. No hay ninguna base de objeción en el primer caso, pero puede haberla en el segundo.

Si, no obstante, deseáis pintar una portada perteneciente a la categoría de "incidente específico", podéis concebirla también a través de la utilización de motivos básicos de atracción y del cuestionario. Suponed, por ejemplo, que buscamos una idea para la tapa de una revista para niños. Empiezan a surgir las preguntas: ¿Qué es lo que más le gusta hacer a un niño? Respuesta: Construir cosas. Pregunta: ¿Qué construye? Respuesta: Aviones, represas en arroyos, refugios en los árboles, balsas, etc. Suponed que elegimos el refugio en el árbol. Excelente material experimental. O podríamos representar a los chicos sobre una balsa, jugando a los piratas. Ahora ya tenemos una idea sólida.

Las portadas para revistas deben ser sometidas, para su aceptación, en forma de bocetos, pues puede resultar que el tema no sea aceptable. No es fácil vender ilustraciones para tapas de revistas; por eso, antes de desperdiciar considerable tiempo y esfuerzo, es conveniente presentar la idea en esbozo. Si a la revista le interesa el proyecto, os animará a ejecutarlo; de lo contrario, lo sabréis inmediatamente. Si observáis que un mismo artista realiza varias portadas para una revista, podéis estar seguros de que ha concertado con ella un arreglo especial y que, por ende, no tenéis cabida.

La fotografía en colores ha eliminado prácticamente de las portadas al trabajo del artista pintor. Sin embargo, yo creo que la razón principal de que esto ocurra es el elevado precio de la buena oferta pictórica. Pero como el arte está tomando verdadero incremento en este país, creo que gradualmente el trabajo del artista creador aparecerá con mayor frecuencia en las portadas de las revistas.

IDEAS PARA CALENDARIOS

Como pienso ocuparme en particular de este asunto en páginas siguientes, creo que bastará con mencionar aquí el importante papel que en la confección de calendarios desempeña el motivo psicológico de atracción. Los temas de los calendarios pertenecen por lo general al tipo de "motivos básicos", y rara vez utilizan incidentes específicos. La razón principal para que esto ocurra es que un incidente específico, una broma, un trozo de acción concentrada o una historieta suelen tornarse cansadores después de mirarlos varios meses. La acción suspendida, en mi opinión, no es muy buena para un calendario. A mí, personalmente, me cansa un poco el perro que recoge la perdiz, y se me hace pesado esperar el descenso del pez que saca del río el pescador, o la caída del indio de su caballo, y así sucesivamente. Hay, en la ilustración de calendarios, amplias posibilidades de mejoramiento. A mi juicio es una de las grandes oportunidades del artista del mañana.

El sentimiento puede aplicarse a las ilustraciones cómicas en dos sentidos opuestos. Podemos apelar a la simpatía o comprensión humanas, o burlarnos, y aun ridiculizar. Nadie puede prescribir una fórmula exacta de lo cómico, pues el humorismo reside en la interpretación personal de una idea; pero los mejores humoristas, conscientemente o no, usan fórmulas basadas todas en la psicología humana.

Podemos hacer una lista de fórmulas probadas y verdaderas:

1. Dignidad ultrajada.
2. Creación de lo imprevisto.
3. Transformación de lo serio en ridículo.
4. Transformación de lo ridículo en serio.
5. El fuerte burlado por el débil.
6. El transgresor metido en dificultades.
7. Inversión de los papeles.
8. Inesperada oportunidad de desquite.
9. Mofa de las convenciones.
10. Inversión del epílogo previsto.
11. Fanfarronería.
12. Escape de situación comprometida.
13. El equívoco (juego de palabras).
14. El incidente gracioso.

La psicología que se oculta detrás de la risa es un rápido viraje de las emociones, una maniobra de sorpresa, una súbita inversión del pensamiento. Han dicho los humoristas que sólo hay aproximadamente una docena de chistes básicos y que el chistoso trabaja con nuevas variantes de los mismos. Las chanzas son tan familiares que casi puede clasificárselas en grupos; sin embargo, siguen siendo fuentes de éxito para los bromistas. La eficacia del chiste depende en gran medida del hecho de que hay algo gracioso en ver sufrir al prójimo, lo que quizá sea la vía de escape de una tendencia un tanto sadista en los seres humanos. El ver una silla quebrarse bajo una persona, aun cuando ésta se clave una astilla en el trasero, puede ser irresistiblemente gracioso para todos, salvo el dueño del trasero. Un hombre que resbala y cae en el barro es poco menos que un espectáculo para los que miran, especialmente si la infortunada víctima cae de bruces. Una costura descosida al agacharse es tremendamente cómica, aun cuando el traje descosido sea de buen paño. En cierta celebración de Navidad vi un hombre que se entretenía en cortar corbatas con una tijera, y todo el mundo encantado, menos los caballeros que recibían los tijeretazos. Todas estas cosas son ideas cómicas. La risa se produce como consecuencia de una idea cómica, o una situación difícil, o un cambio de lo serio a lo ridículo.

Mi experiencia personal en el campo de lo cómico es muy limitada, pero entre mis conocidos se cuentan varios ilustradores cómicos de celebrada actuación. Aunque parezca extraño, he descubierto que el autor de historietas cómicas es más bien serio por naturaleza, hasta que llega el momento de narrar una historieta; entonces surge su rara habilidad. Lo cómico, en mi opinión, es el campo de acción en que más necesarias son la individualidad y la originalidad. La evidente exageración del dibujo no basta para dar la sensación de lo cómico; la aguda observación de los caracteres y reacciones de los seres humanos es el eje de la buena comedia. La idea tiene más importancia que el dibujo. Algunos de nuestros mejores artistas cómicos ni siquiera son buenos dibujantes, y resultan más graciosos precisamente por eso. Pero sin duda la caracterización puede jugar un papel importante en el humorismo, y no creo que ciertas nociones de construcción, y aun de composición, perjudiquen a un humorista.

Las ilustraciones cómicas pueden ser vendidas directamente, o bien por intermedio de un sindicato. Las historietas que aparecen diariamente en un periódico, deben prepararse de antemano en número suficiente para abastecer al periódico durante varios meses. Algunos dibujantes de historietas están a sueldo de los diarios. Otros trabajan libremente, vendiendo su trabajo donde les place.

Muchos artistas encaran el dibujo cómico como fuente accesoria de entradas, debido a los elevados precios a que se cotiza este trabajo. Un artista cómico debe ser muy bueno para entrar en un sindicato, pero si lo consigue, el puesto puede ser altamente remunerador; quizá esta rama del oficio sea la que más conviene económicamente.

Los dibujos cómicos deben ser simples, sin complicación de tonos ni modelado excesivo de la forma. Deben reducirse, en lo posible, a la línea. La complicación de los detalles, lejos de realzar la eficacia cómica, tiende a reducirla. Los dibujos deben ser "abiertos", y poder ser reducidos en el proceso de reproducción. Puede haber diversos grados de exageración; creo que en general se admitirá que el dibujo cómico debe tener alguna distorsión. De lo contrario, sigue siendo un dibujo serio, que a pesar de la idea humorística es aceptado sin una sonrisa.

A medida que uno gana experiencia en los diversos campos de la ilustración, se hace evidente que las ideas están a menudo estrechamente relacionadas. Una idea para un anuncio de revista puede muy bien ser incorporada a un affiche o a una exhibición. Lo que varía es la presentación. El tiempo es el factor que en realidad determina la forma en que debe ser expresada una idea; no el tiempo que os lleve la realización del trabajo, sino el tiempo de que probablemente dispondrá el observador para examinar vuestra idea. Si está sentado en un sillón, y el tiempo de lectura de que dispone es virtualmente ilimitado, podrá dedicar a la observación de un anuncio mucho más tiempo que a un affiche callejero, ante el cual no podrá detenerse más de unos pocos segundos. Los anuncios para revistas permiten una mayor elaboración del escenario, el fondo y los factores complementarios de interés, que los affiches. Para leer los letreros de los tranvías y ómnibus hay un poco más de tiempo que para los affiches; es decir, que pueden tener un texto más largo que un affiche, pero no tan largo como el de un anuncio de revista. Los letreros para tranvías deben ser simples y directos. Ante los anuncios colocados en los escaparates de los negocios el transeúnte puede limitarse a lanzar una mirada fugaz, o bien, por el contrario, detenerse varios minutos. Pero también en este caso la simplicidad es la regla más acertada.

Cualquier idea pictórica puede ser sometida a la siguiente prueba, para descubrir si resulta práctica para los fines a que se destina:

1. ¿Puede ser vista y leída en el tiempo que, por lo general, se dispone para ello?
2. ¿Está reducida su presentación a términos de máxima simplicidad?
3. ¿Puede quitársele algo más sin perjudicar su eficacia?
4. ¿Está la idea de acuerdo con el lugar en que aparecerá expresada?
   Por ejemplo: Si se trata de una revista para mujeres, ¿atraerá especialmente a las mujeres?
   O bien: Si es un affiche, ¿tiene un interés general?
5. Si la idea debe contribuir a vender un producto determinado, ¿lo logra?
6. Si el anuncio o letrero debe ser visto a la distancia, ¿no se pierden sus detalles?
7. De cada diez personas, ¿pensarían siete de ellas que el anuncio es bueno?
8. ¿Expresa el cuadro, de por sí, la idea, o debe llevar una explicación suplementaria?
9. ¿Ha llamado la atención y provocado comentarios, sin que vosotros fuerais los instigadores directos de los mismos?
10. ¿Podéis decir honestamente que el cuadro os pertenece en su totalidad?

El "test" precedente puede parecer algo severo, pero si vuestra idea lo resiste, estaréis seguros de pisar terreno firme. Es mejor que vosotros mismos pongáis a prueba vuestras ideas, cuando aun hay tiempo para remediar los defectos, y no que éstos os sean señalados después. Todas las ideas deben pasar a través de la criba de la opinión y la crítica, nos guste o no. Es duro aceptar críticas ajenas, y mucho más prudente anticiparse a ellas siendo uno mismo el crítico más severo de su obra. Podéis juzgar con bastante exactitud si las críticas ajenas son imparciales, o si están influídas por motivos personales. Un artista puede no ser tan buen crítico como un lego, porque le resulta difícil no ver en un trabajo su propia concepción del tema. Como vosotros no podéis trabajar sino a vuestro modo, debéis pesar cuidadosamente la crítica. *Puede* ocurrir, sin embargo, que otro artista os dé algunas indicaciones útiles. Lo mejor es buscar la crítica de personas representativas de los gustos del público en general.

Por lo común, se omiten consideraciones previas al trabajo en sí, que podrían darnos una idea beneficiosa. Muchos de nosotros podríamos avanzar más rápido si reflexionáramos antes de empezar un trabajo, en vez de esperar a que esté medio terminado. Prescindiendo de los adelantos técnicos que podamos realizar, lo único que verdaderamente nos llevará adelante son nuestras concepciones, nuestras ideas y la presentación de nuestro trabajo.

Es natural que la ejecución técnica sea nuestra principal preocupación. Pero sólo podemos dejar el campo libre a la habilidad técnica una vez realizado un cuidadoso planeamiento previo. Podréis creer, cuando os entregan un proyecto, que no tienen cabida en él las ideas personales; pero, invariablemente, descubriréis que es posible mejorar en algo el proyecto. Si no os dan la oportunidad de crear ideas por vuestra propia cuenta, creadlas de todas maneras y llevadlas a vuestro patrón o cliente. Algunas llamarán la atención.


BABY FOOD
AGED
SKIN TONIC
MARCIA
MARCIA
MARCIA
The Dust of



1. El anuncio de revista.
2. El affiche.
3. Muestras.
4. Publicidad en calendarios.
5. Portadas y sobrecubiertas.
6. Ilustración de cuentos.

EL ANUNCIO DE REVISTA

Existe tal superabundancia de material utilizable para el estudio de la publicidad en revistas, que he de referirme al tema sólo en líneas generales. Es decir que me limitaré a daros los diversos tipos de anuncios para revistas, en vez de abrumaros con una multitud de ejemplos específicos y verdaderos. Las leyes básicas de la buena composición tienen vigencia en esta rama de la publicidad. Creo que si un artista puede, en general, obtener buen espaciamiento, correcta distribución de masas, equilibrio e interés pictórico, también puede componer eficazmente una página publicitaria. La composición de la página equivale a distribuir las unidades dadas dentro del espacio dado, de la manera más agradable e interesante posible.

En la mayoría de los casos, la distribución del espacio de la página corresponde a la agencia publicitaria, y el ilustrador tiene poca intervención en ese planeamiento. Como en un proyecto de página pueden entrar elementos ajenos a la capacidad del artista realizador, tales como adaptación a una serie, énfasis sobre ciertos elementos, selección de tipos faciales, etc., a menudo es mejor que la agencia de publicidad elabore esos proyectos. Sin embargo, el ilustrador inteligente no debe desentenderse del todo del espaciado de la página. Su ilustración debe ocupar el lugar adecuado en el diseño total de la página, que él deberá conocer de antemano, y a cuya eficacia deberá contribuir en la medida de lo posible. Si el proyecto que se le presenta es bueno, deberá aprovecharlo para lograr una composición feliz; si, por el contrario, la concepción original es pobre, deberá hacer todo lo posible para mejorarla.

El éxito de la ilustración depende principalmente de la apariencia del aviso en conjunto. Si el espectador se siente bastante intrigado por la ilustración como para leer el texto, la ilustración cobra un doble significado, y vosotros os beneficiáis. Si, por el contrario, el espectador mira la ilustración y omite leer el texto, se produce una escisión del efecto total que se quería obtener y el anuncio fracasa.

De manera, pues, que el primer problema que os presenta la ilustración publicitaria se expresa así: "*¿En qué medida o hasta qué punto puedo transmitir a la ilustración propiamente dicha el significado del texto y el propósito del anuncio?*" En la mayoría de los casos el cuadro debería amplificar e interpretar el texto, y no el texto explicar el cuadro. Es mucho más fácil que una buena ilustración sostenga a un mal texto y no que un buen texto sostenga a una mala ilustración. La ilustración es algo así como la vidriera del texto. Si no llama la atención, todo lo demás fracasa.

Veamos pues, con una clara idea de cuál es vuestra misión, cómo podéis cooperar para que el éxito del anunciador sea al mismo tiempo vuestro éxito. La buena interpretación es vuestra primera ley. Hay dos clases de interpretación: la descuidada y la inspirada. La interpretación perezosa es siempre el camino más fácil, el cumplimiento explícito de las instrucciones con el menor esfuerzo posible, la actitud que se resume en estas palabras: "Esto es lo que él pidió, esto por lo tanto lo que obtiene." Equivale a una completa subordinación de todo entusiasmo, inventiva o individualidad que poseáis, cualidades todas de fundamental importancia para vuestro éxito.

El verdadero camino consiste en ahondar en los motivos de orden psicológico, los impulsos, y las reacciones deseadas. La comprensión de todo esto es un factor de enorme importancia. Si os piden que retratéis a una madre y su hijo, debéis dirigir vuestro trabajo al hondo y vital instinto materno. Debéis incorporar a vuestro trabajo todas las cualidades que idealizan y embellecen la maternidad. Podría resultaros más fácil, y aun más agradable, llamar a esa pequeña muchacha rubia de dieciocho años que empleasteis hace poco y utilizarla como modelo para vuestro retrato de la madre. ¿Pero puede hacer una madre convincente? Lo indicado es buscar una madre verdadera, todo lo "ideal" que queráis, y emplearla con su propio hijo, si fuera posible. La escena tendrá así una chispa de veracidad que puede dar su verdadero valor a vuestro cuadro. Si esto no es posible, no saquéis un muñeco de gran tamaño de vuestro armario para reemplazar a la criatura. Buscad un niño verdadero. Este modo de actuar no sólo es correcto, sino prudente. Si queréis haceros de una reputación, construidla sólidamente y con inteligencia.

EL APROCHE DE LA BUENA ILUSTRACION PUBLICITARIA

El segundo punto de importancia para la interpretación del texto es preocuparse al máximo por obtener el mejor material de trabajo que sea posible. Si se ha convenido un precio por el trabajo final, el artista debe estar dispuesto, si fuera necesario, a gastar por lo menos el diez por ciento de su remuneración en modelos, "proporcionadores", fotografías, y otros materiales de trabajo. A la larga esa inversión da mejores dividendos que cualquier otra. Si necesitáis alquilar un vestido, es preferible que lo hagáis, y no que lo inventéis. Procuraos todos los accesorios que necesitéis; de ese modo acrecentaréis el valor de vuestro trabajo. Yo he visto esta verdad demostrada una y otra vez. Dos artistas pueden tener pareja habilidad. Pero si uno de ellos inventa, mientras el otro se provee concienzudamente de todo lo necesario, éste será siempre el favorecido. Todo trabajo realizado del natural aumentará vuestro caudal de conocimientos, mientras que todo trabajo inventado os mantendrá en un punto muerto, y aun os hará retroceder. Sólo podéis aprender mediante la observación y el estudio. Aun una naturaleza muerta tomada directamente del natural e introducida en vuestra obra constituye un verdadero estudio.

El tercer punto importante para obtener buenos resultados consiste en solucionar de antemano vuestros problemas ejecutando bocetos o esbozos, aun cuando vuestro cliente no los exija. Descubrid vuestras dificultades antes de que ellas os descubran a vosotros. Si trabajáis con una fotografía, un estudio a lápiz de la misma os resultará más útil al encarar la ejecución final que la misma fotografía. Descubriréis que de este modo trabajáis con mayor libertad y expresividad. Gran parte de vuestro estudio a lápiz puede, inclusive, ser transpuesto al medium final, con buenos resultados. Mientras la fotografía permanezca junto al trabajo final, éste, por comparación, os parecerá inconcluso, instigándoos, infortunadamente, a igualar el acabado y la precisión de detalles de la fotografía. Si, por el contrario, trabajáis guiándoos por vuestro estudio previo, podréis mejorarlo, en vez de representar con toda fidelidad lo captado por la cámara.

Si queréis ampliar, utilizad el sistema del cuadriculado. De esta manera, no os limitaréis a calcar, sino que dibujaréis. Planead vuestro colorido antes de poner manos a la realización final. En cualquier medium, los cambios son poco satisfactorios. Si, a pesar de esto, es necesario efectuar un cambio, procurad que la superficie de trabajo quede lo más limpia posible. Si trabajáis con acuarela, borrad lo que sea necesario con una esponja, hasta que el papel quede limpio. Si trabajáis al óleo, raspad con una espátula, y luego borrad hasta la tela misma con un trapito empapado en aguarrás. Sargent pintaba todas las áreas de un cuadro en una sola sesión de trabajo ininterrumpido, de lo contrario lo borraba y hacía la prueba nuevamente. Probablemente su espontaneidad se debía, en gran parte, al hecho de que repetía una y otra vez una cabeza, por ejemplo, hasta que estaba tan fijada en su mente, que podía pintarla con gran economía de pinceladas. La pintura de colores claros nunca recubrirá a la pintura oscura con tanta eficacia como ésta a aquélla. Transcurrido el tiempo la pintura oscura colocada bajo un color más claro se filtra y la ensucia, si eso no ocurre ya en el primer ensayo.

Cuando se trabaja presionado por el tiempo, uno se siente muy tentado de encarar inmediatamente el trabajo final. Pero mi experiencia me permite afirmar que mediante este procedimiento no se gana tiempo. Enmendar un error puede llevar mucho más tiempo que el que habría sido necesario para realizar algunos bocetos y estudios preliminares. "Torturar" un cuadro es mal sistema. Ya bastantes dificultades presenta la realización de un buen cuadro en las circunstancias más favorables; todo debe planearse de manera que no sea necesario, en mitad de la ejecución final, cambiar la pose, el vestido o la modelo. En este caso es mejor admitir que vuestro apresuramiento os llevó a un mal principio, y comenzar de nuevo.

Conozco a un ilustrador que tomó por costumbre emplear dos telas para cada trabajo. En la primera hacía todos los experimentos, cambios y retoques que creía necesarios. Cuando le parecía que todos los problemas estaban resueltos, procedía a ejecutar directamente el trabajo sobre la segunda tela. De esta manera empleaba la mitad o la cuarta parte del tiempo que se emplea corrientemente. Este era, asimismo, el secreto de la invariable frescura y espontaneidad de su trabajo. En realidad no tenía más seguridad o precisión que cualquiera de nosotros al iniciar un cuadro. Pero en vez de retrasarlo, este procedimiento le hacía ganar tiempo, y le valió la reputación de pintor directo y seguro. Si yo no hubiera sido íntimo amigo suyo no me habría enterado de esa circunstancia; y si bien no revelo su nombre, creo que su ejemplo es una excelente contribución a nuestro arte.

Desgraciadamente la mayoría de los artistas se toman menos libertad de la que se les da. El temor de equivocarse puede asfixiar el ingenio y estropear la iniciativa. Tratad de analizar la intención y el propósito de las instrucciones que os da vuestro cliente. Si deseáis apartaros considerablemente de ellas, quizá un llamado telefónico lo solucione todo. Podéis estar seguros de que aun cuando vuestro trabajo sea bien conocido ningún jefe de publicidad puede visualizar lo que haréis. El se limita a correr el riesgo, basándose en vuestro desempeño anterior. Vosotros mismos, por otra parte, no podréis, al aceptar un trabajo, predecir en todos sus detalles cómo será una vez terminado. Esto es característico de todo proceso creador. Poco puede decirse de antemano acerca de la pose, los trajes, etc., a menos que os den una copia fotográfica para trabajar sobre ella. Sin embargo, las agencias de publicidad rara vez dan al artista algo más que la idea y un proyecto. Por lo general vuestro jefe de publicidad no os entregará copia fotográfica. Si esto ocurre, a pesar de todo, preguntad inmediatamente hata qué punto podéis apartaros del modelo que se os entrega. La copia fotográfica puede no ser más que una sugerencia, que no debe imitarse al pie de la letra. Nunca me olvidaré de un director artístico que tenía la costumbre de sacar recortes de las revistas, pegarlas en una hoja de papel y entregarlas al dibujante a modo de proyectos. Pedía al artista que le trajera algo igualmente bueno. Un joven ilustrador, que realizaba su primer trabajo para él, ejecutó con el mayor celo un calco perfecto del recorte. Lo trajo cuando ya no había tiempo para cambiar nada: el anuncio tenía que aparecer en el primer número de la revista, y el director se puso frenético.

Haced un archivo de recortes en el que estén incluídos todos los temas que podáis necesitar en el futuro, y no simplemente los que necesitéis ahora. Lleva muchos años hacer un buen archivo, y será mejor que empecéis temprano. A medida que progreséis en el campo publicitario, reconoceréis ciertos tipos de anuncios. Por más que hagamos para ser diferentes y originales, la mayoría de los anuncios que ejecutemos podrán ser clasificados en alguno de esos grupos. Os doy, a manera de ejemplos, veinticuatro anuncios ficticios que según creo abarcan la mayoría de los tipos mencionados. Las distintas variaciones dependen de la presentación y composición. Los anuncios del archivo pueden servir como ideas generales para el aproche, aunque no deben ser copiados literalmente, ni usarse los mismos *slogans*, títulos o epígrafes.

VEINTICUATRO TIPOS DE ANUNCIO

1. Predomina el "Interés Pictórico"

En este tipo de anuncios el cuadro lo es casi todo. El ilustrador tiene importancia primordial y es elegido por su habilidad. Se le asigna media página, tres cuartos de página, a veces hasta una página entera. Toda la responsabilidad de narrar la historia, llamar la atención y provocar una reacción recae, en consecuencia, sobre él. Un anuncio de esta importancia es la mayor oportunidad que puede presentársele a cualquier ilustrador.

Esa es la razón por la cual gran parte del material de este libro está constituída por dibujos realizados a toda página. En este caso recae sobre vuestros amplios hombros una verdadera responsabilidad.

2. El Interés Está Centrado en una Cabeza de Gran Tamaño

Aquí es donde la caracterización, la expresión y la habilidad para retratar la personalidad desempeñan un papel importante. Una cabeza de gran tamaño, bien realizada, hace un buen anuncio.

3. El "Eterno Apetito" como Foco de Atracción

La gente siempre tendrá apetito. Nuestra misión consiste en encaminarlo hacia los productos que deseamos vender.

4. El Interés Está Centrado en el Producto

El propósito de este tipo de anuncio es grabar el producto en sí en la memoria del público. Ofrece gran variedad.

5. El Romance

El romance es tan eterno como el apetito. Constituirá siempre el problema del ilustrador.

6. El Hogar y la Familia

Este tipo de anuncios aparece siempre, pero siempre hay alguna nueva manera de encararlo.

7. Histórico-Biográficos

Siempre se puede hacer algo interesante con ellos, y son un placer para el ilustrador.

8. Temas de "Antes y Después"

Aproche gastado, pero perfectamente sólido.

9. Predicción del Futuro

Este tipo de anuncios, si logra hacérselos convincentes (y a veces fantásticos), garantiza casi siempre la atención y el interés del público.

10. La Caricatura

Los anuncios tipo historieta son buenos por lo general, merced al contraste con la seriedad de los que los rodean. Es un cambio de actitud, y llama la atención.

11. El Primer Plano Exagerado

Muy eficaz para temas que presentados de otra manera carecerían de interés. Es aplicable a cualquier caso, desde una mosca casera hasta un par de pestañas.

12. El "Grupo de Cuadros"

A veces un grupo de cuadros tiene más valor narrativo que uno solo. Por ejemplo, cuando se trata de ilustrar diversos usos de un mismo producto.

13. La Serie

Este tipo de anuncio ha sido sacado de la historieta cómica. Aquí el artista debe ser capaz de reproducir su personaje bajo diversas condiciones. Estos anuncios parecen perder eficacia, debido al abuso que se ha hecho de ellos. Pero aun así puede ser bueno, ¿quién sabe?

14. Tipo "Acción"

La acción bien lograda despierta siempre interés.

15. Tipo "Sex Appeal"

Siempre conservará su eficacia.

16. Tipo Boceto

Los bocetos tienen una fuerza que a menudo falta en el trabajo terminado. Ofrecen positivos valores publicitarios. Deberían ser utilizados en mayor escala.

17. Temas de Terror

Basados en el instinto de autoconservación; muy eficaces para cierto tipo de publicidad. No deben ser demasiado obvios ni grotescos.

18. Temas Simbólicos

Ofrecen ilimitadas oportunidades de originalidad.

19. El Tema del "Bebé"

Existirá siempre.

20. Los Temas de "Carácter"

Verdadera oportunidad.

21. "La Infancia" — uno de los temas que más venden

¿Quién puede olvidar la infancia? ¿A qué padre no le interesa? Este campo de ideas es prácticamente ilimitado. Los niños deben ser retratados de la manera más realista y naturalista del mundo, y no con demasiada ropa. El atractivo de los niños reside más en la salud que en la belleza.

22. Temas de "Madre e Hijo"

Estando bien realizados, atraen siempre la atención.

23. El "Lujo" como Foco de Atracción

Este aproche es mejor en épocas de abundancia, cuando la calidad y el buen gusto tienen su oportunidad. A este atractivo básico podría llamársele también deseo de prestigio o distinción, o bien orgullo de la posesión.

24. Lo Puramente Imaginativo

Esta es vuestra única oportunidad de enloquecer un poco. La mayoría de los ilustradores la reciben alborozados.

Llamo la atención de mis lectores sobre los libros que ha escrito Mr. Frank Young acerca de proyectos publicitarios. La autoridad de Mr. Young en ese campo es indiscutible. Mi relación personal con Mr. Young y su trabajo me ha sido de gran utilidad dentro de esa esfera, aunque confieso que no puedo esperar competir con sus conocimientos y experiencia en el terreno del planeamiento. Creo que todo ilustrador debería estudiar cuidadosamente sus obras, y aprovecho esta oportunidad para testimoniarle mi agradecimiento por la inspiración y ayuda prestada en el pasado. En este libro no he tratado de enseñar planeamiento, puesto que esas enseñanzas están impartidas de manera tan experta en su obra. Por este mismo motivo hablo solamente de los tipos generales de anuncios, pues comprendo que desde el punto de vista del planeamiento están expuestos a muchas críticas. Francamente, no soy proyectista, aun cuando desearía poseer mayores capacidades en ese terreno.

También quiero llamar la atención del lector sobre un libro reciente, hábilmente escrito por Richard S. Chenault, conocido director publicitario que sigue trabajando en la actualidad. Versa sobre planeamiento moderno, y se titula *Planeamiento publicitario, la proyección de una idea.* En él se discuten con claridad cuestiones esenciales de verdadera importancia.



1. PREDOMINA EL "INTERES PICTORICO"



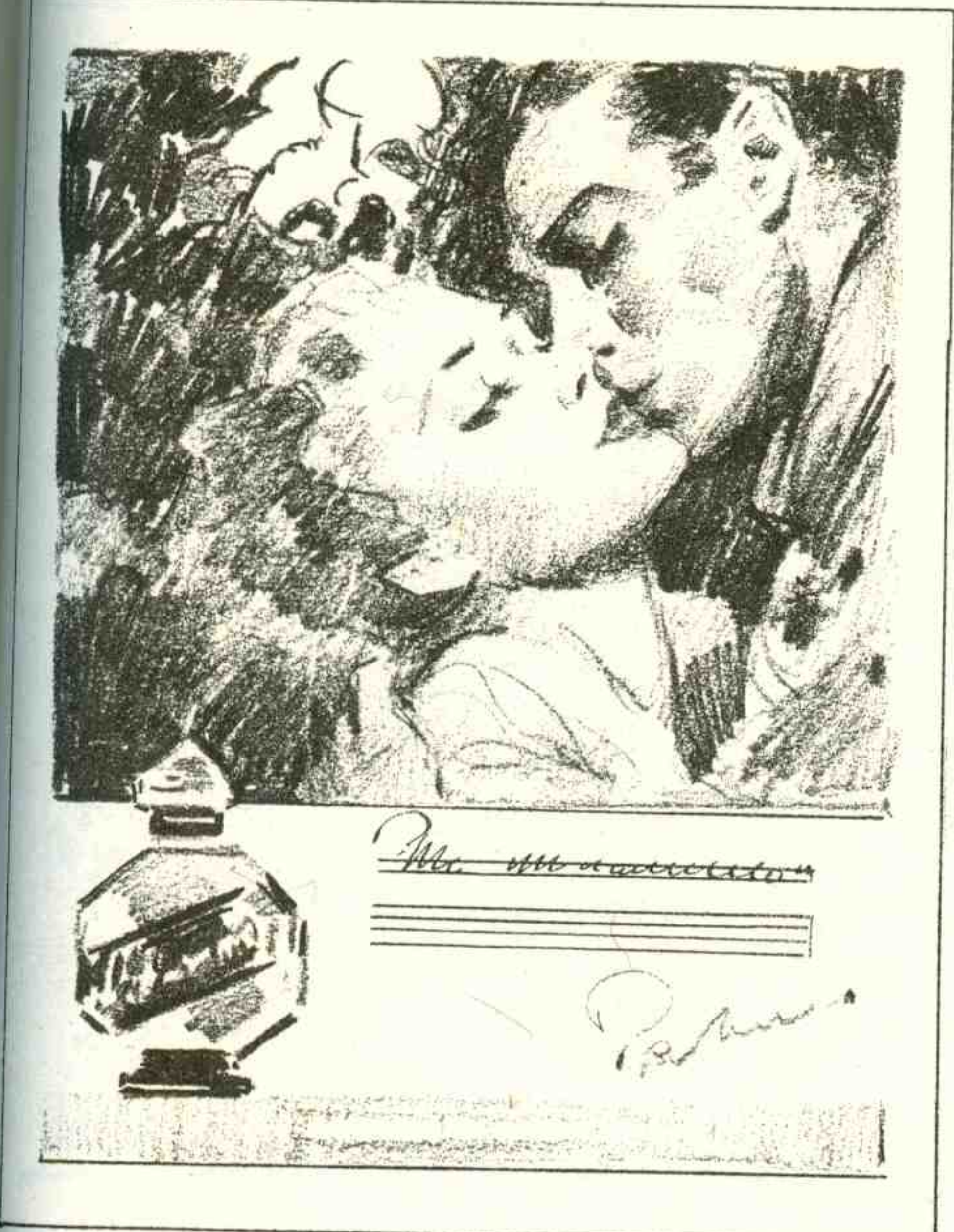
2. INTERES CENTRADO EN UNA CABEZA DE GRAN TAMAÑO



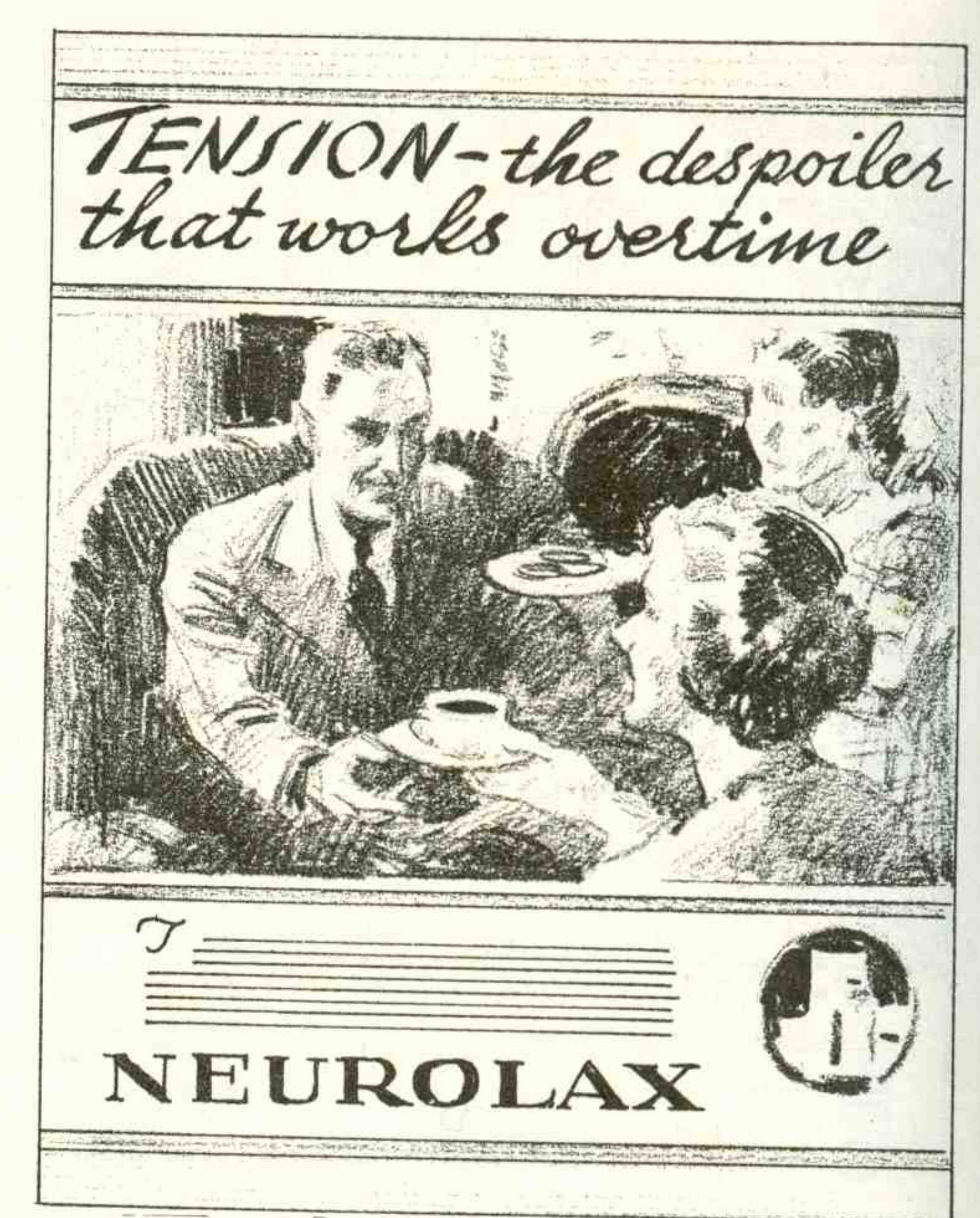
3. EL "ETERNO APETITO" COMO FOCO DE ATRACCION



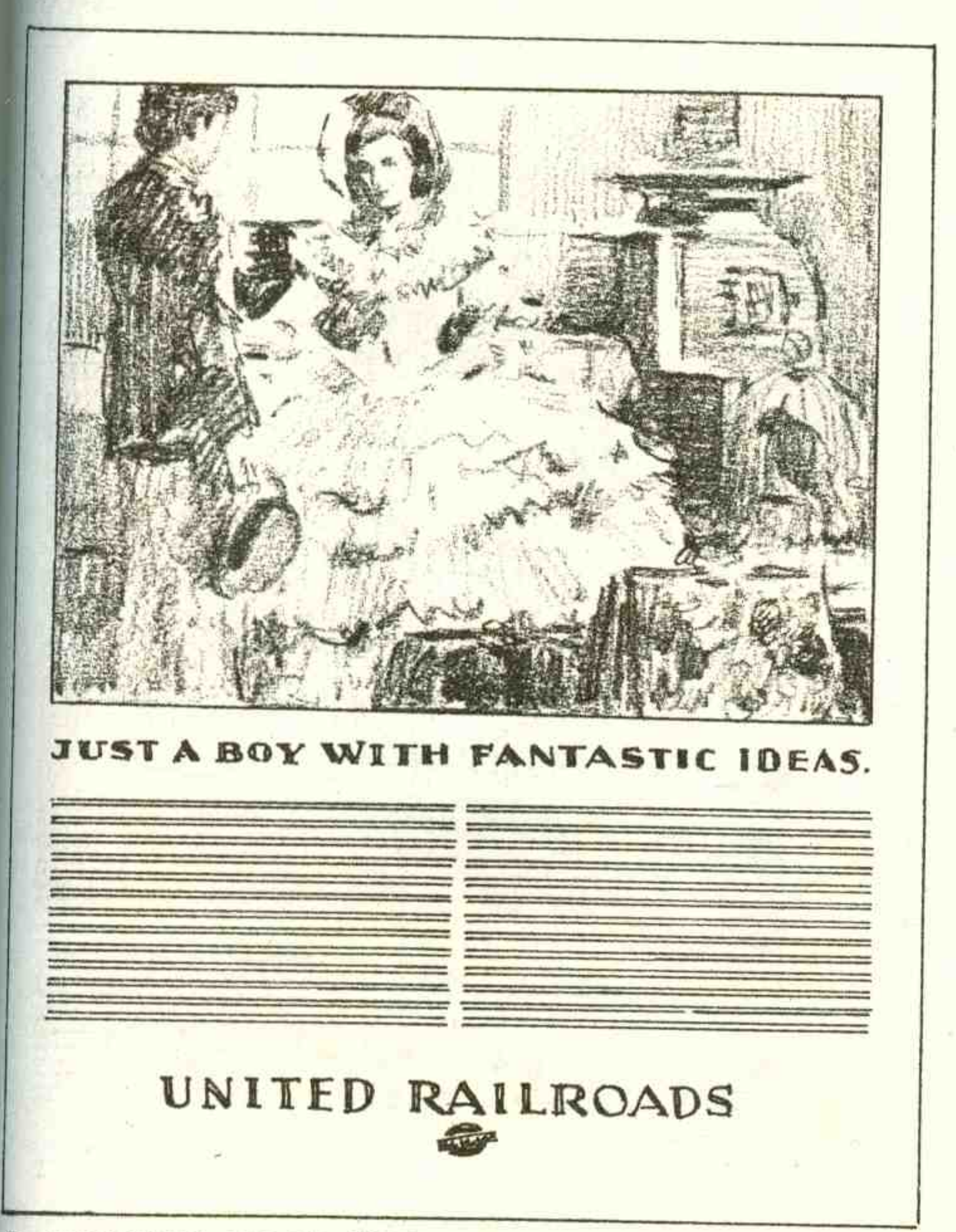
4. INTERES CENTRADO EN EL PRODUCTO



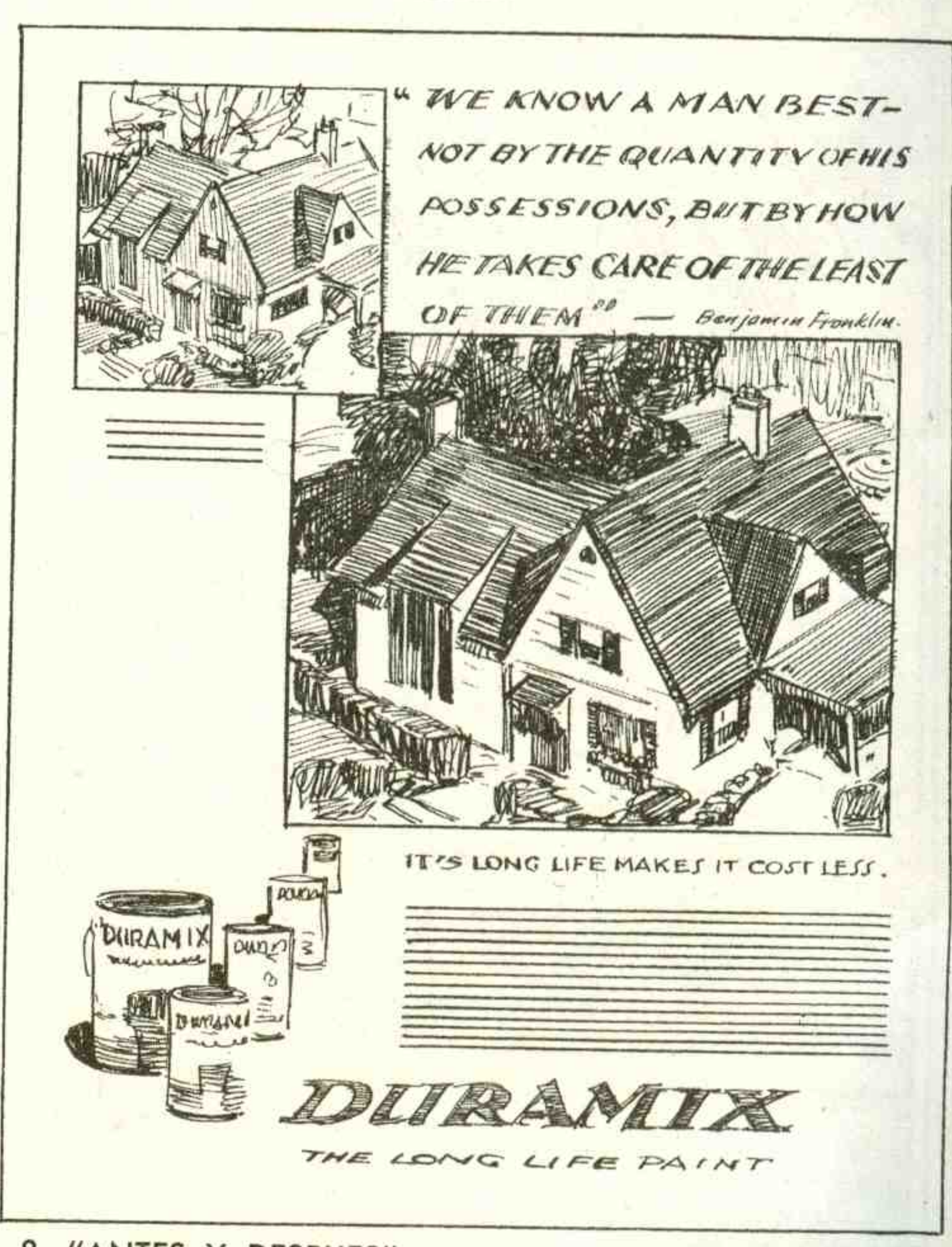
5. ROMANCE



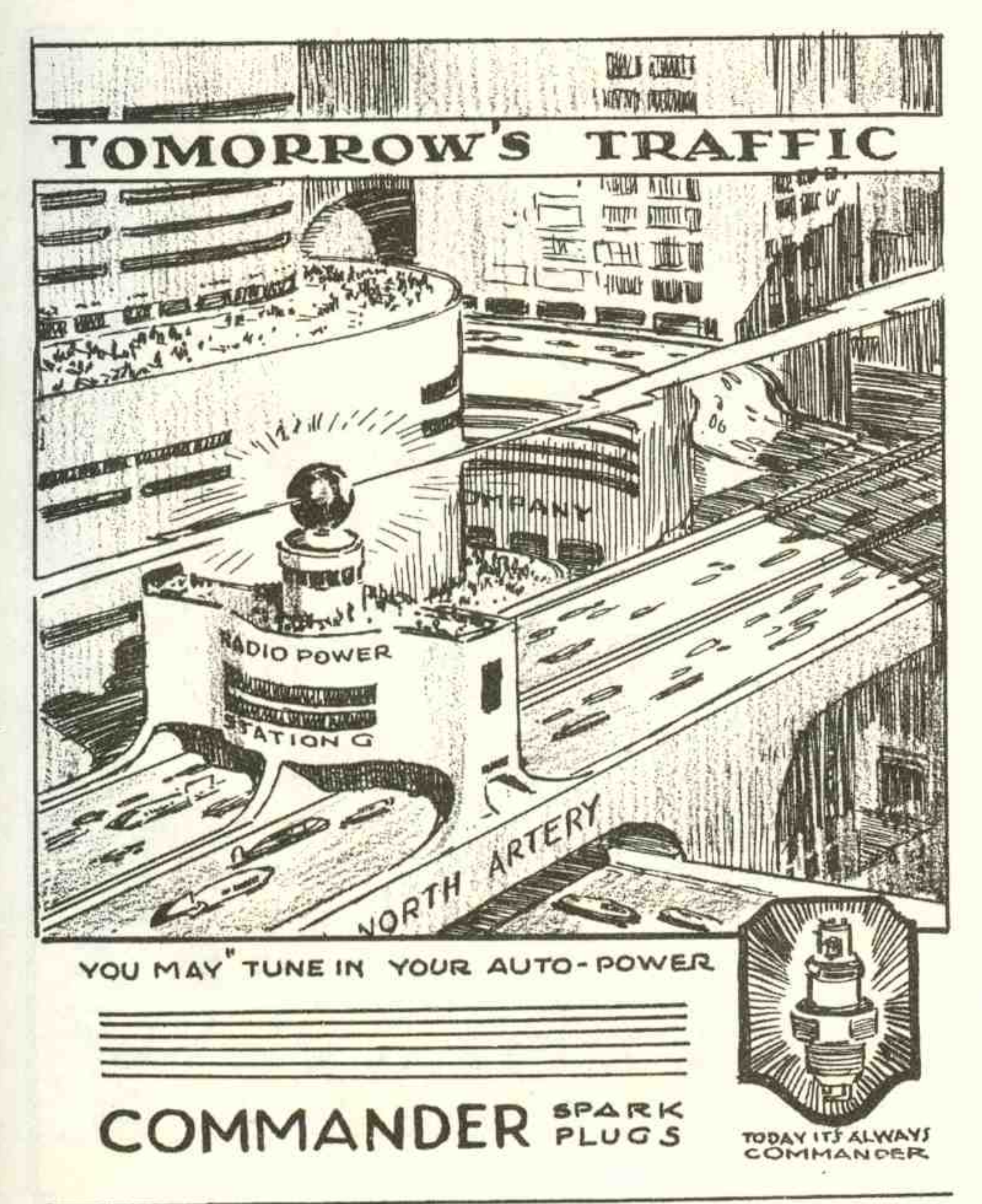
6. EL HOGAR Y LA FAMILIA



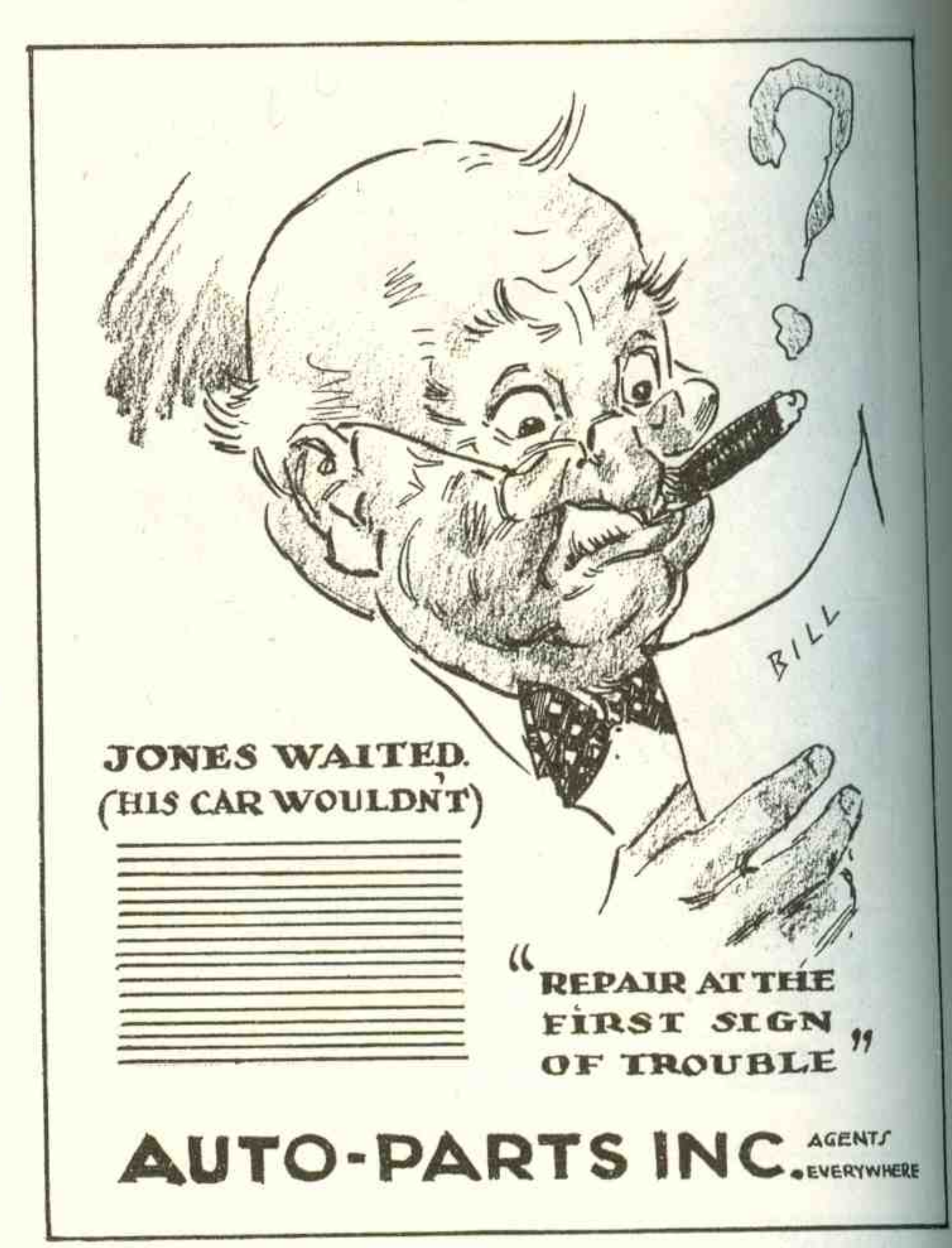
7. HISTORICO-BIOGRAFICO



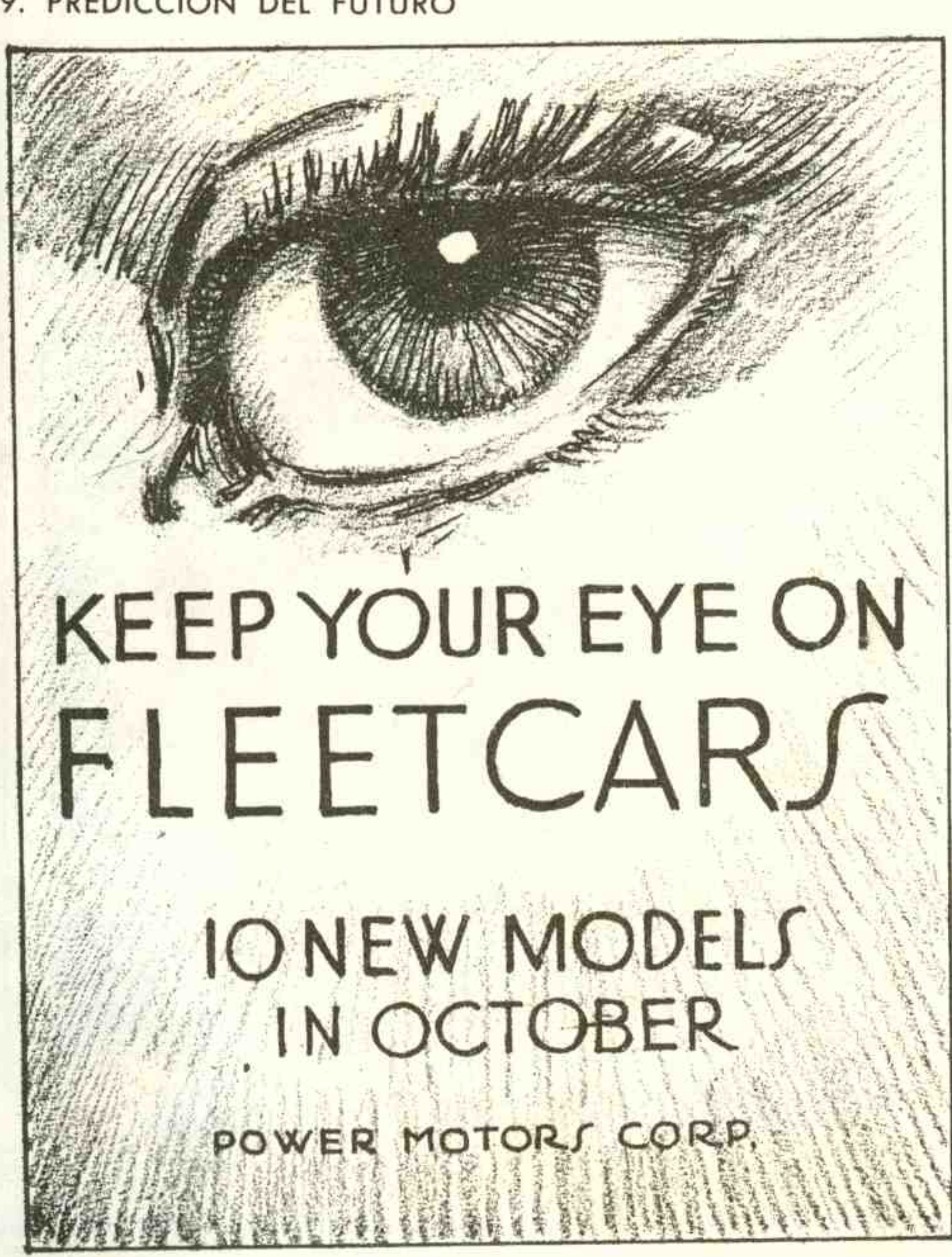
8. "ANTES Y DESPUES"



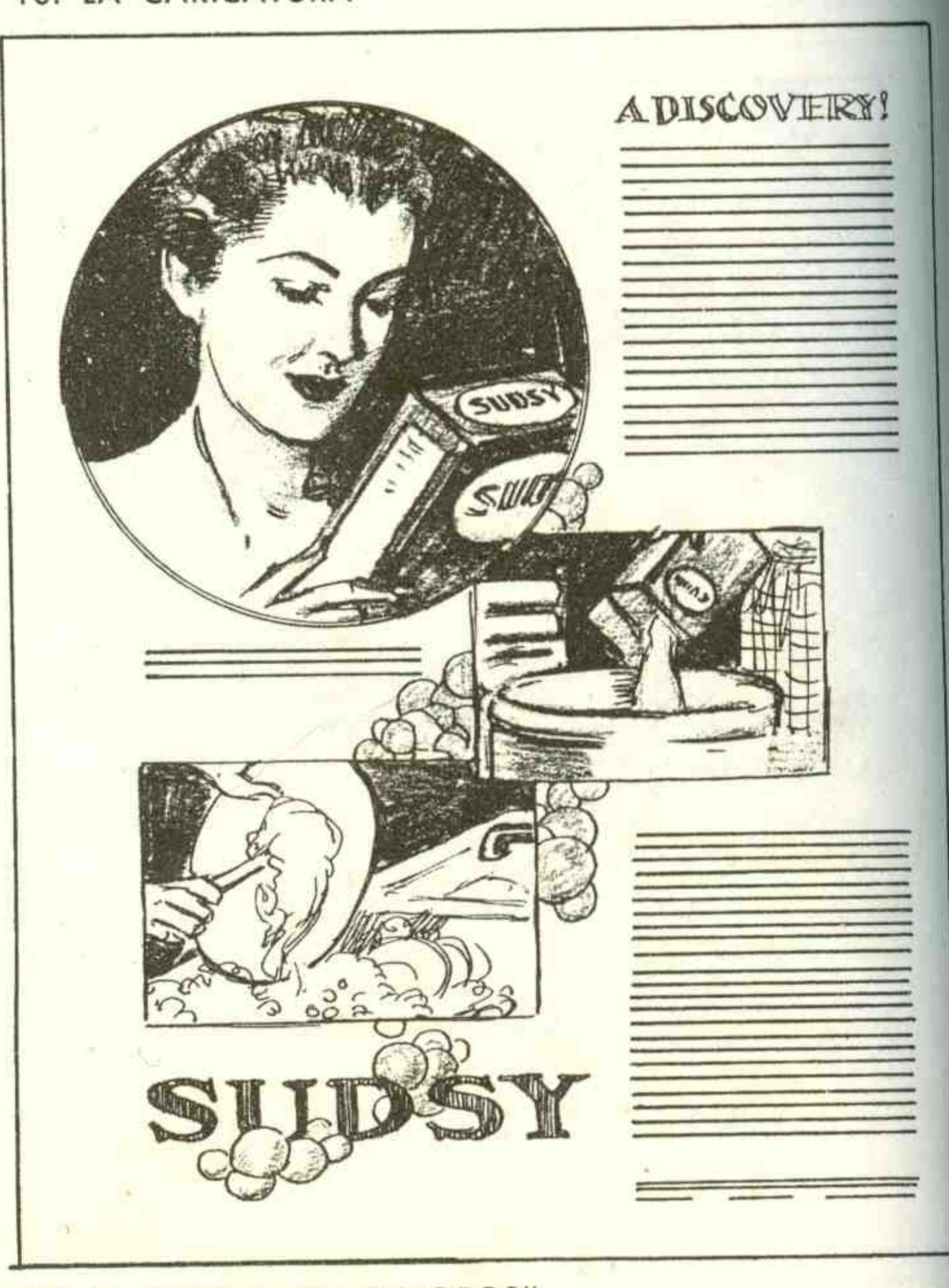
9. PREDICCION DEL FUTURO



10. LA CARICATURA



11. EL PRIMER PLANO EXAGERADO

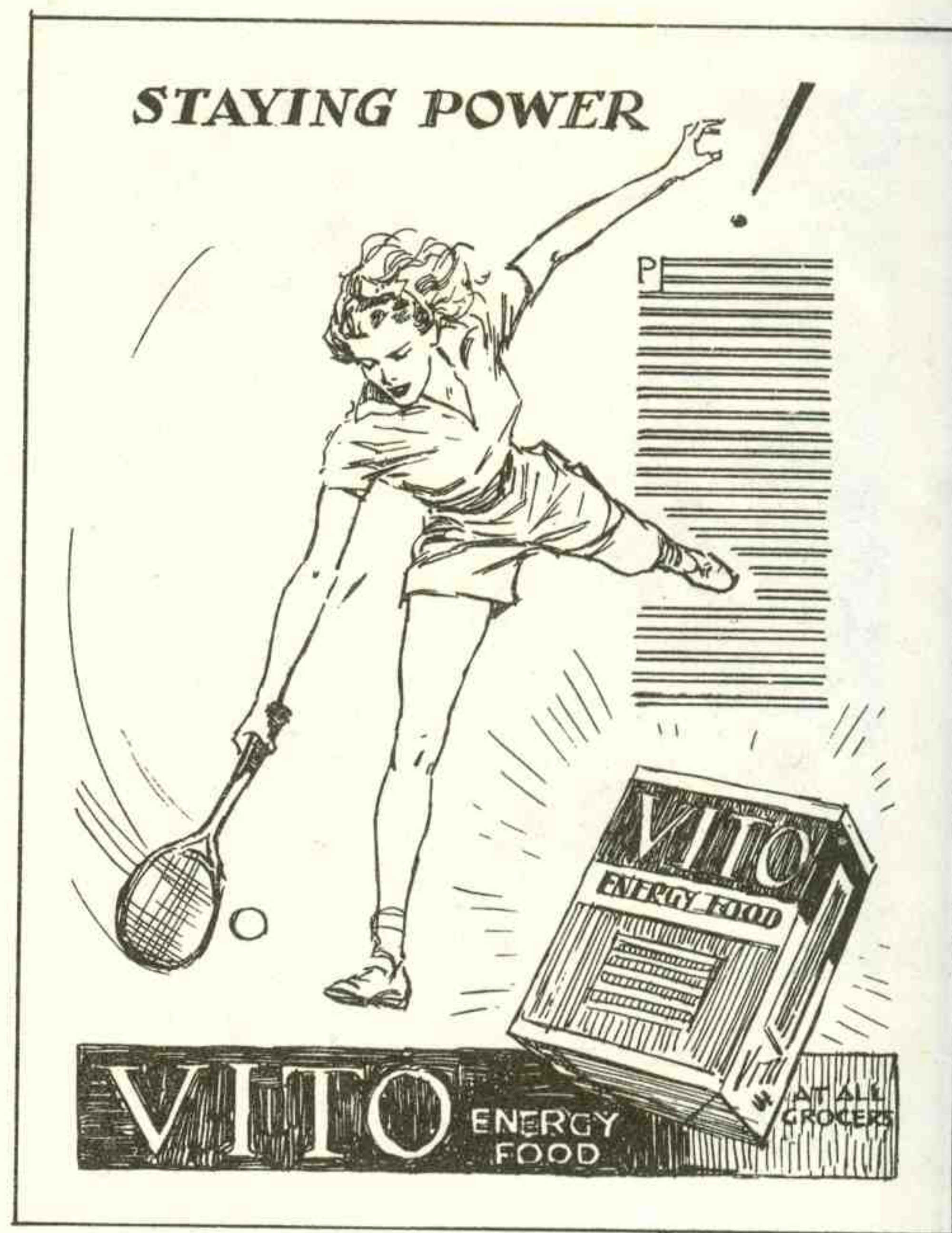


12. EL "GRUPO DE CUADROS"

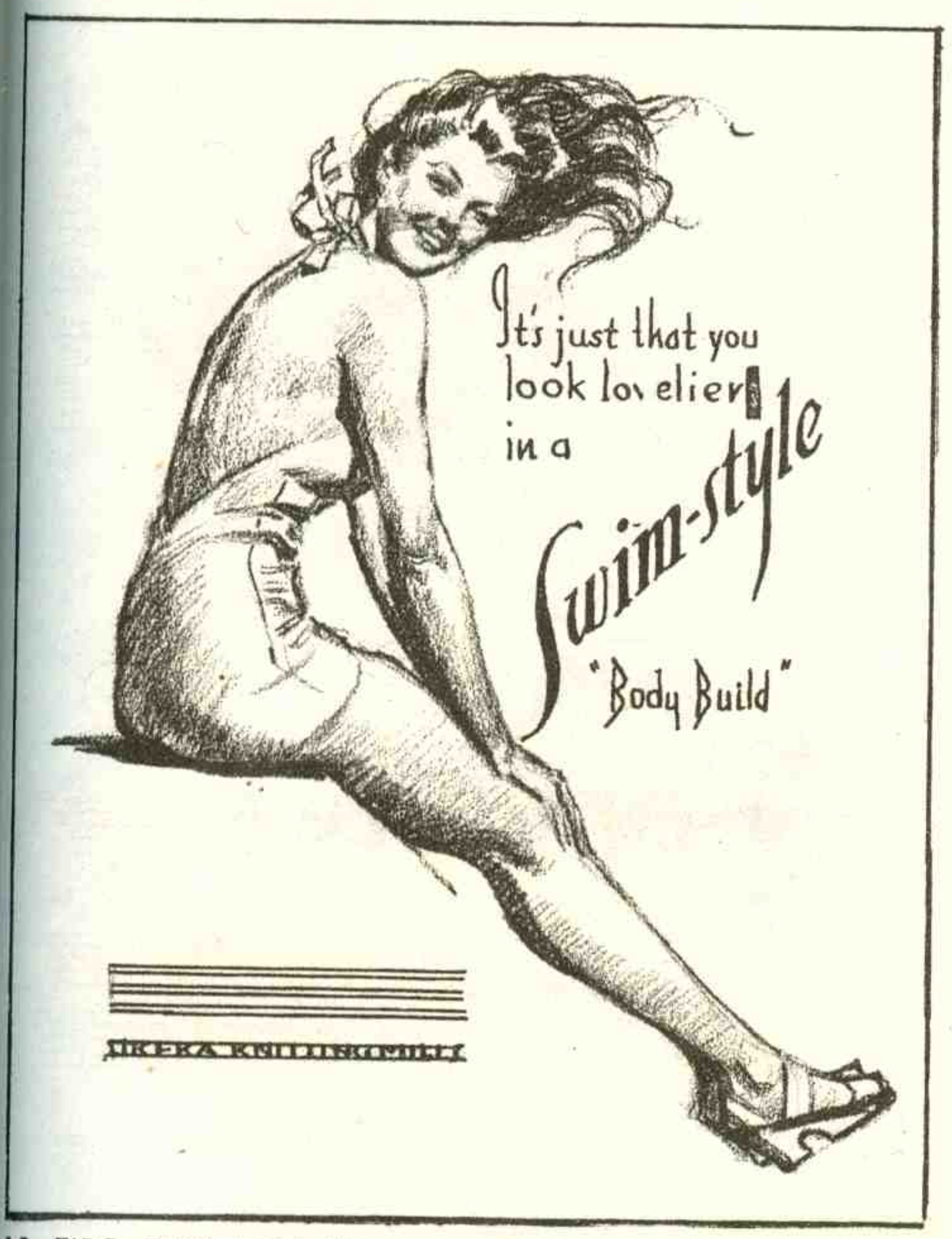
TIPOS DE ANUNCIOS PARA REVISTAS



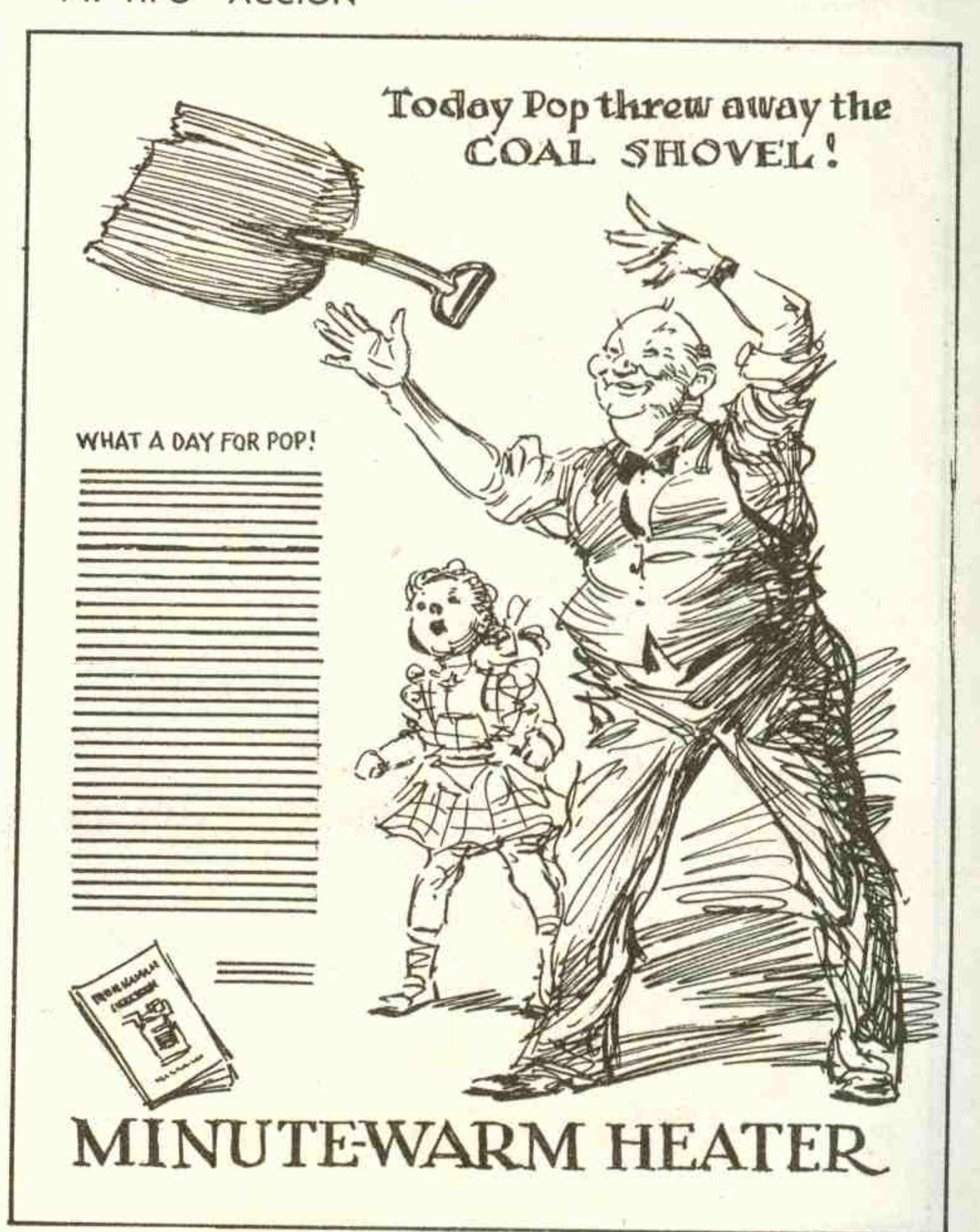
13. LA SERIE



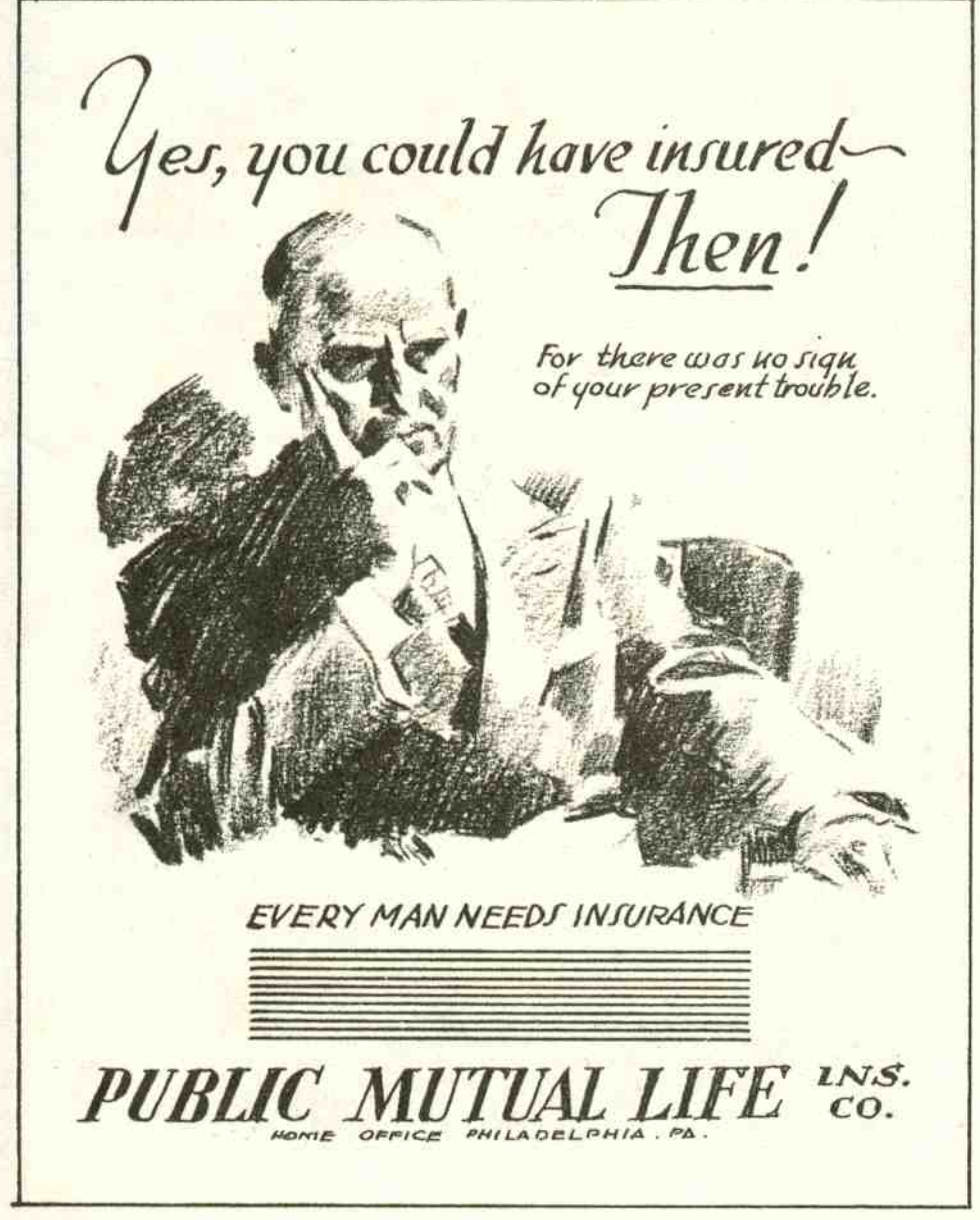
14. TIPO "ACCION"



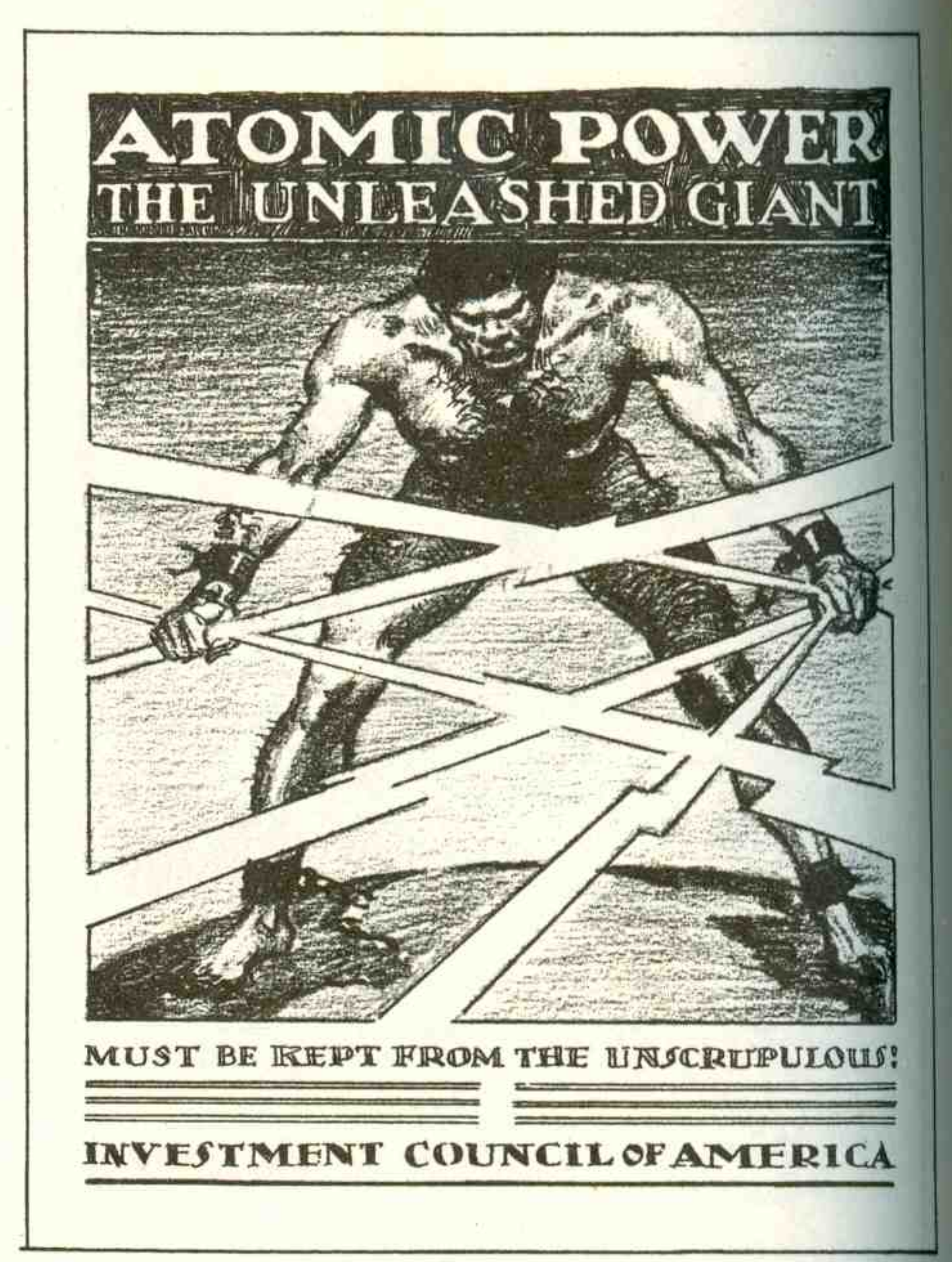
15. TIPO "SEX-APPEAL"



16. TIPO BOCETO



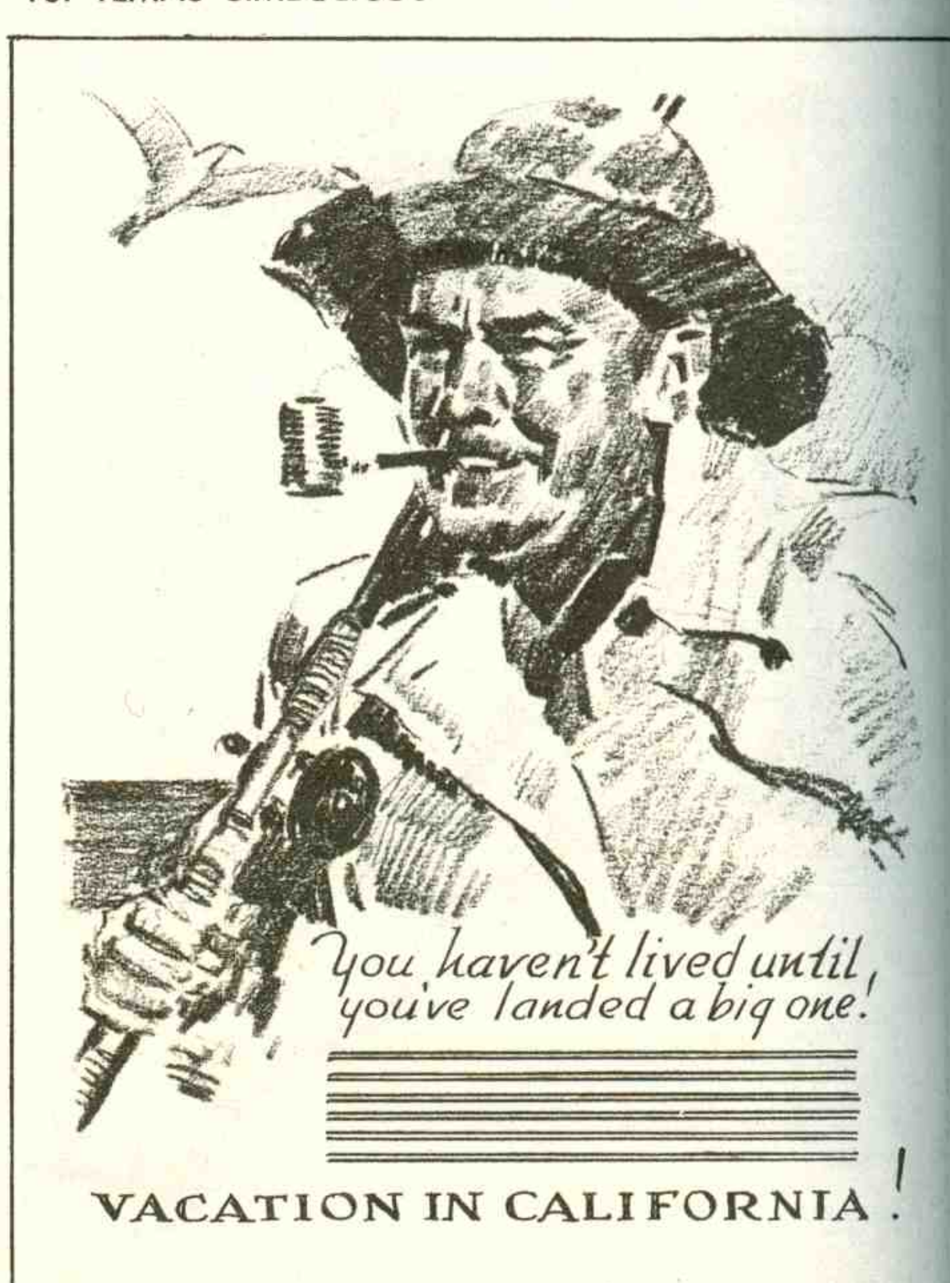
17. TEMAS DE TEMOR



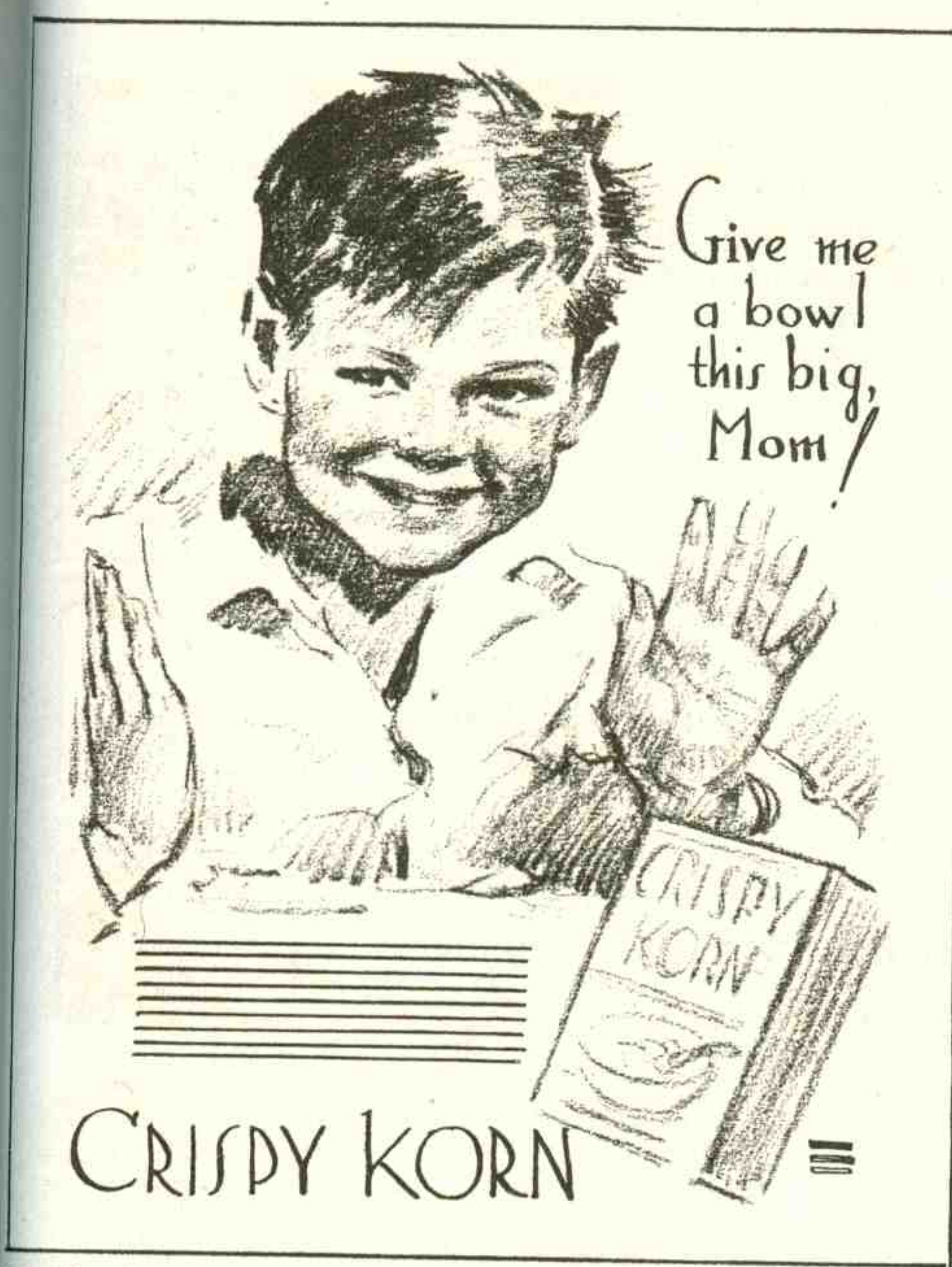
18. TEMAS SIMBOLICOS



19. EL TEMA DEL "BEBE"



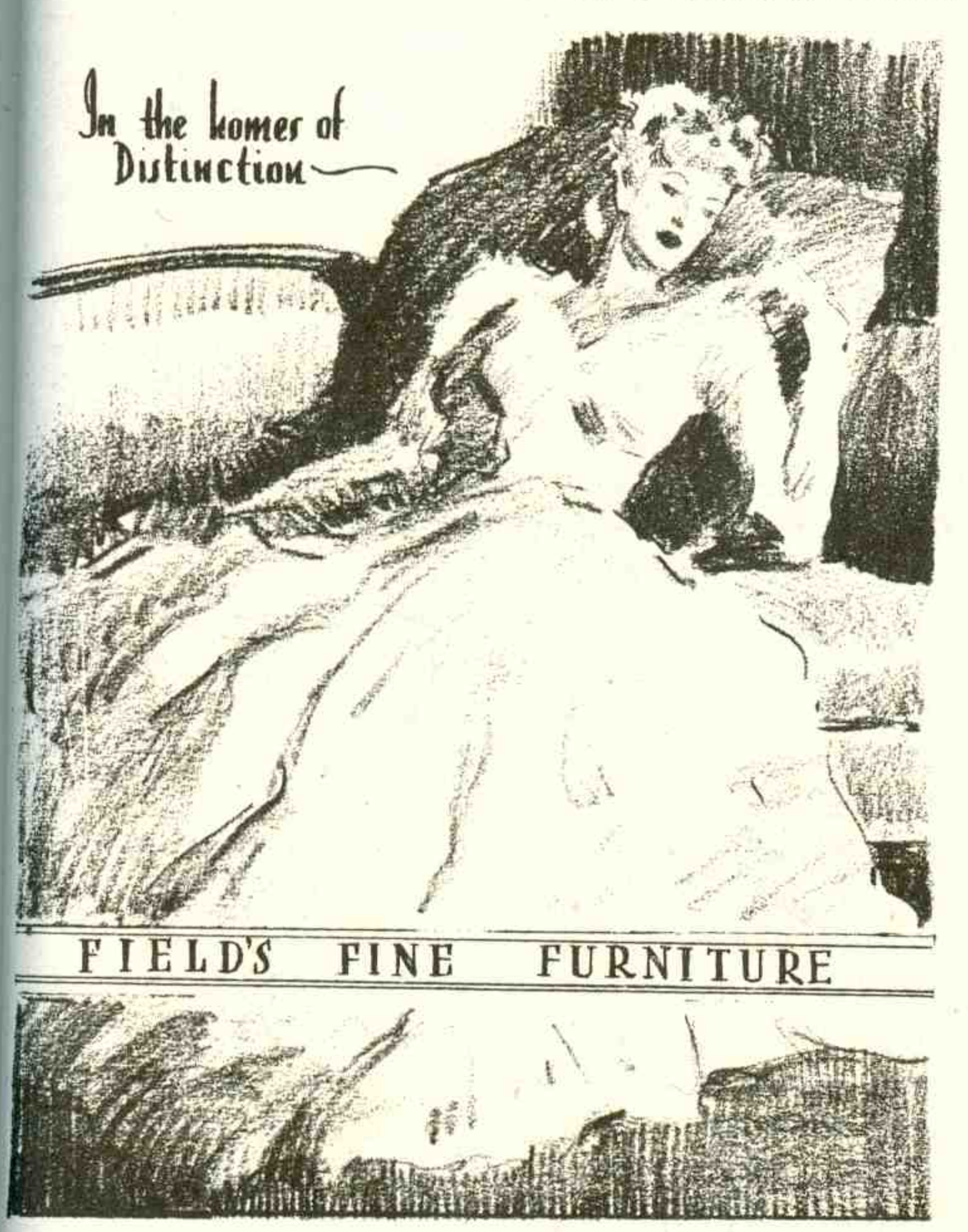
20. LOS TEMAS DE "CARACTER"



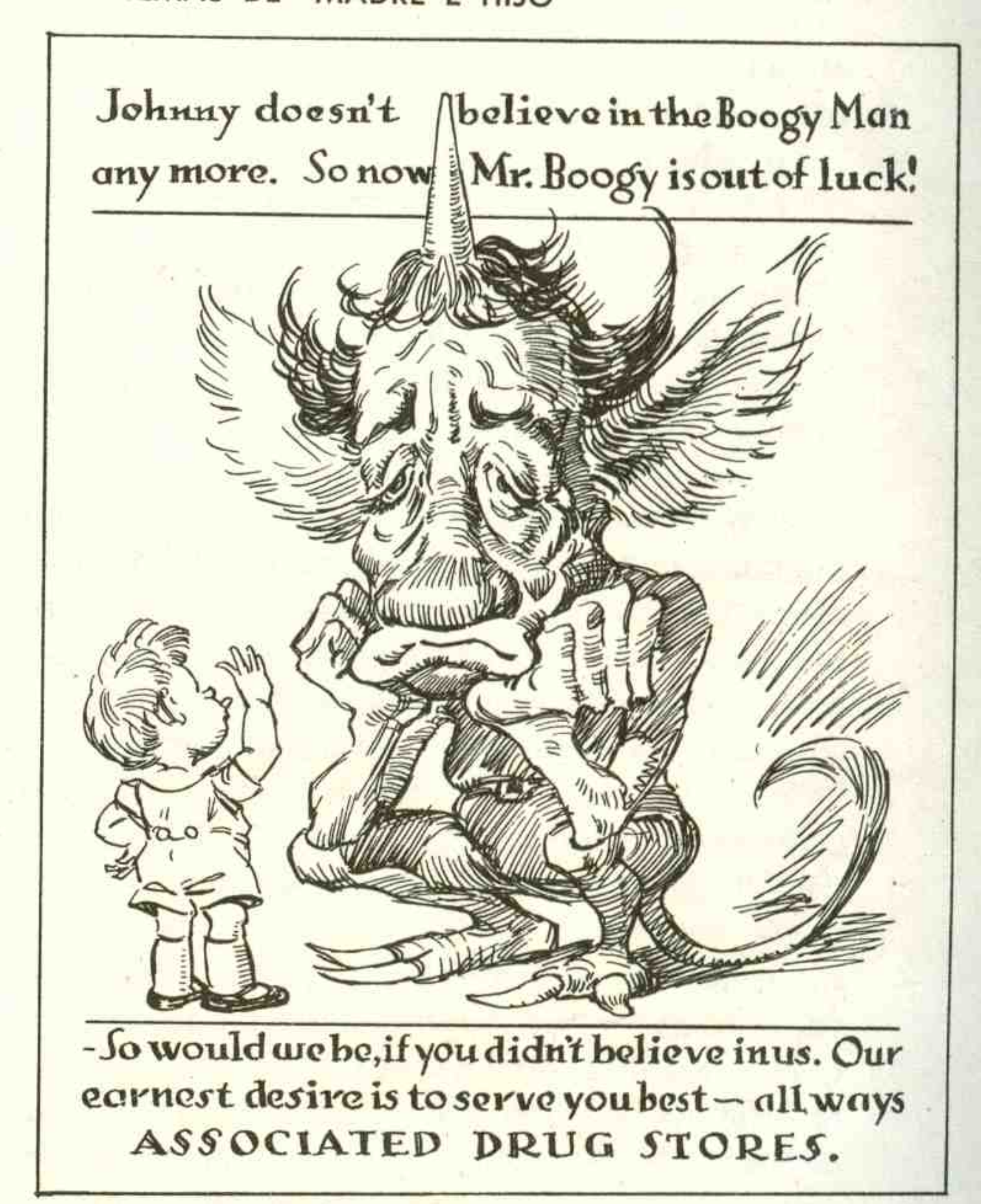
21. "LA INFANCIA" - UNO DE LOS TEMAS QUE MAS VENDEN



22. TEMAS DE "MADRE E HIJO"



23. EL "LUJO"



24. LO PURAMENTE IMAGINATIVO

Aun cuando no os encomienden el planeamiento de conjunto de la página en que irá incluído uno de vuestros anuncios, ese planeamiento reviste para vosotros mucha importancia. Es tan importante que vuestro trabajo encuadre dentro del plan general de la página como la buena realización pictórica de vuestra idea. Trataré de daros algunas indicaciones que quizá os resulten ventajosas.

Si la página está ya ocupada en su mayor parte con avisos de detalles complicados, en los que queda poco espacio libre, tratad de que en vuestro anuncio haya el mayor espacio libre que sea posible, conservad la simplicidad de las masas, no las quebréis excesivamente en luz y sombra. Al planear el anuncio, reproducid en papel de calcar las masas generales y el diseño formado por los diversos valores, y luego colocad el calco sobre la página. Podréis eliminar muchos detalles superfluos. Si el plan general de la página es complicado y abundante en detalles, quedará mejor una ilustración sencilla, semejante a un affiche, con escaso fondo o sin él, utilizando el blanco para darle "aire". Las ilustraciones abigarradas no quedan bien en un plan de por sí abigarrado. Por bien ejecutadas que estén, el efecto es desagradable, y se pierde eficacia publicitaria. Para llamar la atención, todo anuncio debe estar en contraste con los que lo rodean.

Lo mismo puede decirse del plan "gris", o del que contiene grandes áreas de texto en letra impresa pequeña. A menos que se desee un efecto sombrío o melancólico, el aspecto de la ilustración no debe ser demasiado gris. Requiere el mayor número posible de áreas blancas y negras, bien definidas, contra las cuales el gris del texto pueda parecer hermoso.

Si el planeamiento que os entregan tiene buenos espacios en blanco, podéis consideraros afortunados. Durante años los dibujantes publicitarios han estado acosando a sus clientes para que comprendieran las ventajas que ofrece el espacio en blanco, como factor que atrae la atención. Pero desgraciadamente el espacio cuesta caro, y la tendencia natural del proyectista de la página publicitaria es atestar el espacio disponible con la mayor cantidad de material. A la larga llega, de este modo, a pagar el doble por la publicidad que utiliza, ya que la eficacia de un anuncio hecho con ese criterio queda reducida a la mitad, en el mejor de los casos. El espacio en blanco puede ser la clave del éxito o del fracaso de un anuncio. Cuando el plan es bueno, podéis llegar al límite pictórico, poniendo por lo menos cuatro buenos valores contrastados en vuestro cuadro.

Al planear vuestra ilustración podéis volver a los cuatro planes tonales originales. Si el fondo de vuestro proyecto es blanco, poned contra él algunos grises y oscuros fuertes, y llevad a la ilustración algo del blanco del fondo. Si, por el contrario, vuestro proyecto tiene un fondo gris o negro, total, recurrid a los otros planes. Lo importante es colocar claros contra grises y oscuros, o a la inversa. El cuidado de este detalle establece la diferencia entre un trabajo ordinario y un anuncio sobresaliente.

Por lo general el material de una fotografía debe ser aceptado e introducido en la página de anuncios tal como está, aun cuando no falta algún proyectista emprendedor que recorta las figuras u otros elementos de una fotografía, como muñecos de papel, eliminando así el uniforme tono gris de un tema dado. Pero las figuras así manipuladas se hacen rígidas, parecen "pegadas", y no tienen el valor de un buen *sketch* o viñeta en el que se ha planeado la pérdida y encuentro de bordes que entrelazarían al tema con su fondo. Este entrelazamiento es necesario para dar la unidad de efecto, tan importante.

Cuando entreguéis vuestro cuadro será conveniente que señaléis que habéis considerado el efecto de conjunto de la página, y hasta podéis llevar parte del trabajo preliminar a través del cual llegasteis a la realización definitiva. Aislado del resto de los anuncios, vuestro cuadro podría parecer abrumador en detalles o, por el contrario, débil, y si se hace algún comentario al respecto ya estáis preparados para contestar con razones substanciales. Esta situación, empero, rara vez se presenta, pues la mayoría de los comentarios suelen girar en torno al cuadro considerado aisladamente.

Si el producto anunciado aparece en la misma página, pero fuera de vuestra ilustración, tratad por todos los medios de llevar la mirada del espectador hacia el producto, a través de la ilustración, trazando una especie de ruta que el ojo pueda seguir sin esfuerzo a través del diseño de masas, bordes o líneas. El director publicitario os lo agradecerá. A veces el producto puede estar superpuesto, o traslapado sobre la ilustración. En ese caso procurad un contraste adecuado en esa área, para que el producto resalte. Si el producto aparece dentro de la ilustración, convertido en el centro de interés, llevando hacia él todas las líneas posibles.

DESARROLLANDO EL "SENTIDO DE LA COORDINACION"

Es reconocidamente difícil para un artista con poca experiencia coordinar sus esfuerzos pictóricos con el punto de vista publicitario o comercial. El principiante oye a menudo la frase: "Aquí no buscamos arte puro, lo que queremos es buena propaganda". Es lamentable que en la mente de los anunciadores exista una separación entre el arte y la publicidad, puesto que puede afirmarse concluyentemente que todos los progresos de la ilustración artística realizados en los últimos veinte años han seguido el camino del buen arte. Creo que un estudio del *Art Director's Annual*, durante los veinticinco últimos años, bastará para demostrarlo. La publicidad se acerca constantemente al buen arte, y en mi opinión se ha puesto a la par de él, y en algunos casos hasta sobrepasa a mucho del llamado "buen arte" del país. Teniendo esto en cuenta, algunos anunciadores han individualizado a los mejores artistas del país y pagan cualquier precio por sus trabajos. Ningún anunciador puede oponerse razonablemente al buen dibujo, los buenos valores, al arreglo, colorido y concepción de auténtica calidad. No puede haber una línea divisoria entre el arte publicitario y el "arte refinado". El arte es bueno o malo, sencillamente. La diferencia básica entre ambas categorías nada tiene que ver con la pintura, los mediums o la técnica. El aproche publicitario tiende a narrar una historia, tiene en consideración la psicología del atractivo, el valor de la atención, y la reacción del espectador. El arte elevado se conforma con poseer una belleza intrínseca, y no está destinado a ningún otro fin.

El arte publicitario puede sufrir, por comparación, cuando incurre en inconsistencia. Si sacamos a los personajes de una historieta cómica y los introducimos en un cuadro hermosamente ejecutado, sólo conseguiremos parecer incongruentes y dar una muestra de mal gusto. Cuando el buen gusto es sacrificado a lo llamativo, ¿de qué sirve que esto último llame la atención, puesto que la atrae hacia algo que carece de buen gusto? ¿Acaso alguien que hace ostentación de malos modales puede beneficiarse con la atención que despierta de ese modo? La publicidad erra continuamente el blanco por abrigar la idea errónea de que el detalle insistente y minucioso es lo que hace el mejor cuadro. Lo más probable es que un exceso de detalles desvíe la atención de la idea que se desea comunicar en vez de atraerla. La publicidad se equivoca con respecto al colorido cuando insiste en que el colorido está dado solamente por los colores primarios o los colores del espectro, en lucha unos con otros. A la larga esa tendencia sólo sirve para publicar, en gran escala, el mal gusto de los anunciadores. Si el anunciador no cree que el buen colorido está dado por los tonos y las hermosas relaciones entre los colores, aconsejadle que vaya a ver películas en tecnicolor. Tienen más brillantez que sus colores primarios.

La publicidad suele fracasar a veces porque quienes están encargados de planear y ordenar los anuncios suelen ignorar los fundamentos del arte pictórico, e impartir, por consiguiente, instrucciones totalmente reñidas con el buen arte publicitario. Aunque parezca extraño, cuanto menos sabe un hombre, mayor número de instrucciones y órdenes se siente inclinado a dar. Los más hábiles directores artísticos, en cambio, que pueden reconocer la capacidad de un artista, le dan toda la libertad posible. De este modo obtienen siempre mejores resultados.

La mejor manera de adquirir el "sentido" de la presentación publicitaria es hojear una revista. Elegid un anuncio cualquiera, y con vuestro bloc de apuntes y vuestro lápiz desplazad los diversos elementos del anuncio, dándole una nueva disposición. Reemplazad todo lo que sea "peso muerto" por espacio en blanco. Limitaos a dibujar bloques, líneas y espacios en blanco, formando un diseño de blancos, grises y negros. Teniendo en cuenta equilibrio y diseño, de composiciones ordinarias pueden sacarse verdaderas gemas. En poco tiempo esta experimentación dará su fruto: una auténtica capacidad de visualizar la buena composición.

La coordinación entre el artista y el anunciador depende de la mutua comprensión de intenciones y fines. El anunciador pone de su parte la teoría mercantil, el espacio y un producto de confianza. Vosotros ponéis de la vuestra el conocimiento de la luz, la forma, el diseño y la interpretación dramática. Ninguna de las dos partes puede ponerlo todo de por sí, y vuestra contribución es aun más importante que la del anunciador, puesto que vuestros conocimientos son más difíciles de adquirir.

El mejor artista comercial no es el que dice "sí" a todo. Pero está dispuesto a escuchar y a cooperar en todo sentido, siempre que no se le pida un trabajo que pueda causar a su reputación más perjuicio que beneficio. Antes que ejecutar deliberadamente un mal trabajo, es mejor tener el coraje de rechazarlo.

UN ENCARGO TIPICO DE ANUNCIO PARA REVISTA

Supongamos que recibimos un llamado telefónico del director artístico de una agencia publicitaria. Una vez en su despacho, descubrimos que quiere una ilustración en blanco y negro para uso permanente en las revistas. En la página siguiente os doy un proyecto muy semejante a los proyectos típicos de las agencias. Supongamos que debemos atenernos al proyecto en lo que atañe al espacio destinado a cada elemento del aviso. El cliente es una compañía que fabrica termóstatos, aparatos reguladores del calor. El epígrafe debe ser: "Perfecta Temperatura Adentro". Estamos de acuerdo en que la idea es más bien novedosa e interesante. El atractivo psicológico es "liberación del frío". A esto podríamos agregar el amor al hogar y la familia, y el deseo de seguridad y comodidad. Observamos que el contraste, es decir la idea de "antes y después", ha de ser dado por el pequeño dibujo lineal de un hombre envuelto en un sobretodo y expuesto a las ráfagas de viento helado. (El director artístico nos dice que de este dibujo lineal se encargará el departamento artístico de la propia agencia). Ahondando aun más en los diversos ángulos psicológicos que ofrece el tema, hallamos implícitos la "liberación de las preocupaciones", el "deseo de descanso" y muchos otros motivos semejantes. Todos ellos señalan las posibilidades de la ilustración.

Presentemos al padre en libertad de dedicar su tiempo a su hijita, y a la madre inclinada afectuosamente sobre ellos, observando con sumo interés. Es lógico entretener a la criatura con un libro de historietas por la tarde, cuando el jefe de la familia está por lo general en su casa y cuando la temperatura exterior suele alcanzar su mínimo. Es probable que el director artístico prescinda de detalles y nos diga simplemente: "Queremos un amable grupito familiar, todos felices y nada friolentos. Lo queremos bien hecho, y rápido." (Todo lo relacionado con cuestiones publicitarias tiene que ser hecho rápido siempre.) Dice que no necesita aún un trabajo terminado, pero que quisiera ver algunos bocetos de composición general.

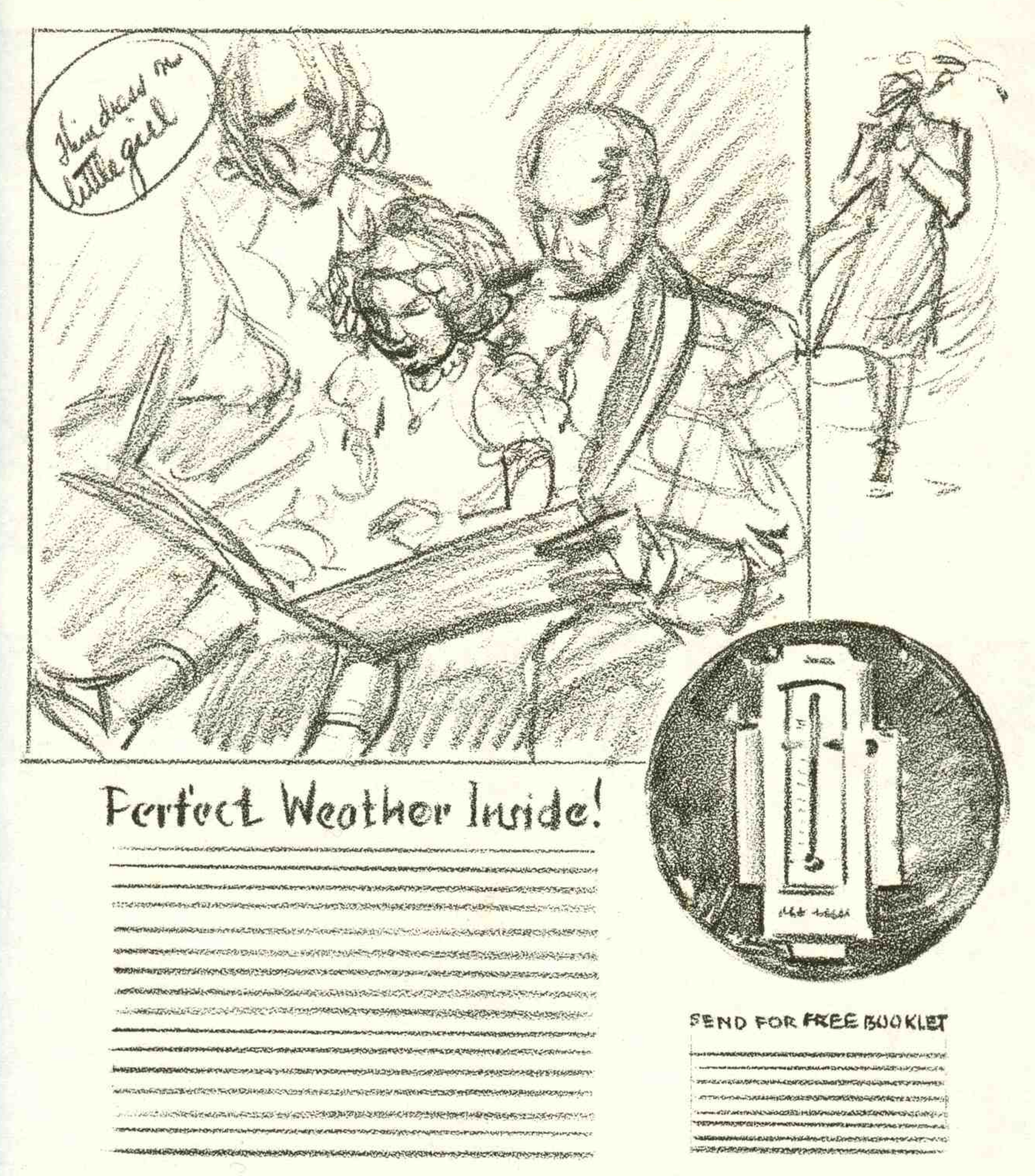
En las páginas siguientes encontraréis los bocetos tal como podrían ser presentados; un artista concienzudo siempre realiza estos bocetos, de todas maneras, antes de contratar modelos. Se elige el que mejor satisfaga el fin propuesto, se llama a los modelos y se sacan las fotografías en las poses deseadas. Se ensayan diversas iluminaciones, y se hacen todas las tentativas necesarias para lograr lo más aproximadamente posible las expresiones que deben narrar la historia.

Observáis en la ilustración final que hemos tratado de apartarnos de la dureza de los detalles fotográficos. Los bordes fueron cuidadosamente considerados. Se eligió una iluminación de atrás, ya que sería lógico iluminar el libro por sobre los hombros del lector, y además porque esto nos da una buena oportunidad para la reflexión y la luminosidad dentro de la sombra. Cuando no se puede sostener un tema mediante el colorido, su efecto pictórico depende enteramente de los valores. Todo tema en blanco y negro debe ser estudiado cuidadosamente para obtener un buen equilibrio de oscuros, grises y blancos. Lo único que debe evitarse en la ilustración en blanco y negro es la sensación de pesadez y oscuridad, principalmente en los temas alegres. Los valores están tan relacionados con el sentimiento, que si no se los mira bajo ese aspecto, un cuadro puede transmitir un estado de ánimo completamente opuesto a la idea que se quiere expresar.

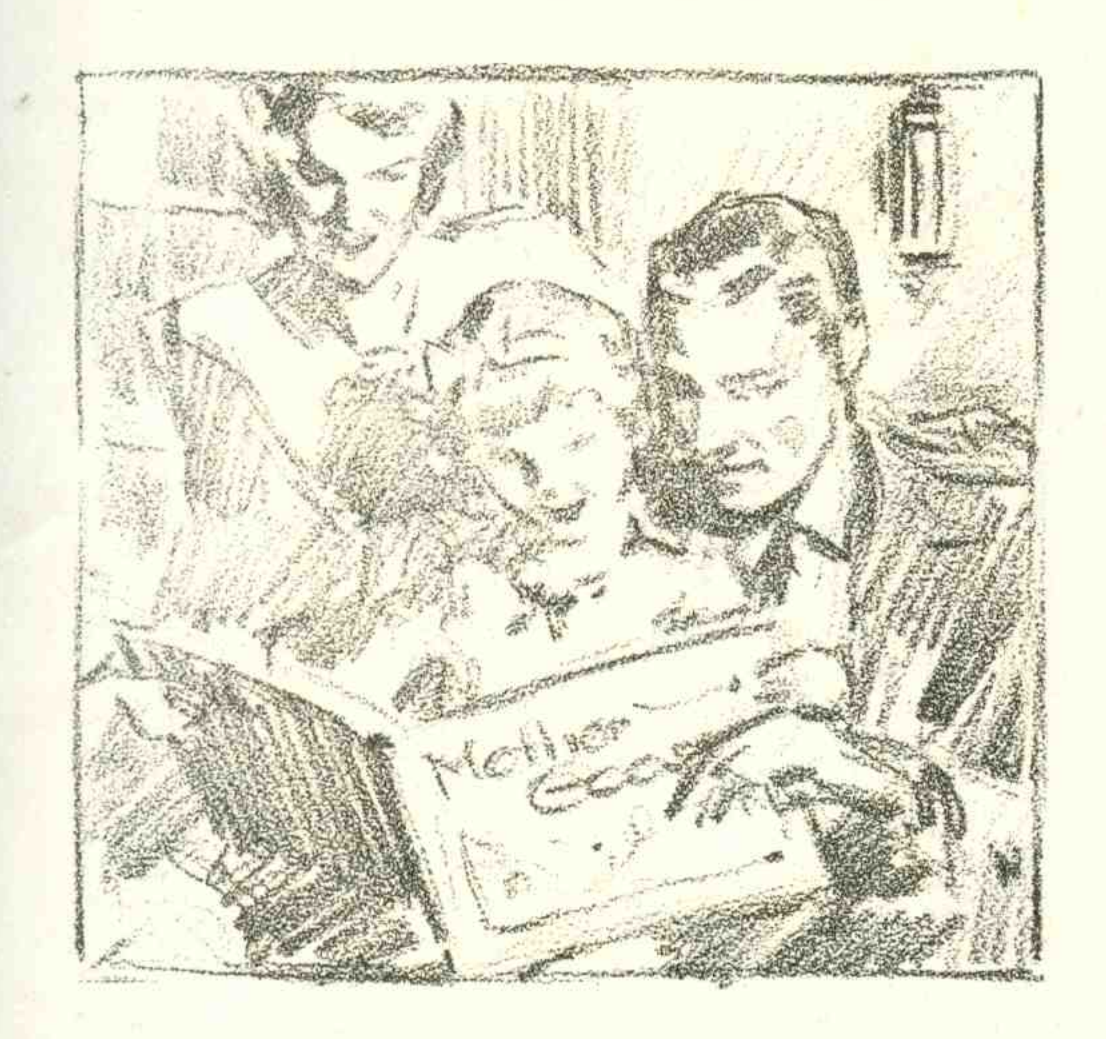
Creo que a medida que progreséis en el oficio se os hará más evidente que lo más importante es el sentimiento individual y la personalidad del artista. Un cuadro es algo más que un contorno relleno; la única posibilidad de hallar la expresión adecuada reside en la interpretación de la fuente original, es decir de la naturaleza, la luz y la forma, amén de vuestro sentimiento individual.

Gran parte de los anuncios publicitarios carecen de personalidad en la medida en que abundan en fórmula. Hay demasiada tendencia a imitar, muy poca inventiva por parte del director artístico y el artista. No sorprende que, a menudo, bajo la extremada tensión y apremio con que todos debemos trabajar, se piense poco en esas cuestiones. La solución no consiste nunca en imitar el aproche de vuestro competidor. Pero muy pocos de nosotros demostramos coraje en la persecución de la expresión individual. Y si no se le da la oportunidad, nunca puede salir a luz.

Empecemos por creer que nuestros ojos, y no nuestros oídos, son tan buenos como los del vecino. Convenzámonos de que tenemos tanto derecho a la expresión como él. Si no sabemos qué hacer, es que no hemos ahondado bastante en el tema o en nosotros mismos. Si nada en el mundo nos interesara, careceríamos de ideas. Pero mientras *haya* algo que nos interesa, tendremos una base para expresar nuestros sentimientos.


Perfect Weather Inside!
SEND FOR FREE BOOKLET
AKRON THERMOSTATS
CHICAGO ST. LOUIS PITTSBURGH
O.K.

BOCETOS DE COMPOSICION PARA EL CUADRO









DESPUES DE CONSIDERAR EL PLAN DE LA AGENCIA, CREEMOS QUE PODEMOS MEJORAR EL TEMA RECORTANDOLO Y AGRANDANDO LAS CABEZAS. EN EL PROYECTO ORIGINAL LAS FIGURAS MIRABAN HACIA AFUERA DEL AVISO. ESO PARECIA DESVIAR LA ATENCION DEL PRODUCTO, EN VEZ DE ATRAERLA. POR CONSIGUIENTE HACEMOS GIRAR LAS FIGURAS. CONSULTAMOS ESTE DETALLE CON EL DIRECTOR DE ARTE, TELEFONICAMENTE O MOSTRANDOLE LOS BOCETOS. AHORA PODEMOS LLAMAR MODELOS PARA FOTOGRAFIAS O ESTUDIOS. TENIENDO ESTOS BOCETOS, LA CAMARA TRABAJARA PARA NOSOTROS Y NO NOSOTROS PARA LA CAMARA.

DISTRIBUCION FINAL BASADA EN LAS FOTOGRAFIAS SACADAS



LA ILUSTRACION PUBLICITARIA TERMINADA



¿CUAL ES EL FUTURO DE LA ILUSTRACION PUBLICITARIA?

Podría parecernos que en la ilustración de revistas se ha hecho todo lo que es posible hacerse, que hemos llegado a un punto en el que la repetición es inevitable, cualquiera sea el aproche que elijamos. Pero la publicidad en las revistas debe continuar, y a menos que nosotros, los artistas, podamos aportar nuevas contribuciones, parece destinada a seguir corriendo por los mismos cauces.

Uno de los mayores obstáculos al buen gusto en la publicidad es el desaforado deseo de llamar la atención. Las letras de los anuncios se hacen cada vez más pesadas y audaces. Los colores más chillones. El espacio más atiborrado. El espacio es cada día más caro, y en consecuencia hay que llenarlo con el mayor número posible de cosas. Se echa mano con la mayor naturalidad de todo artificio destinado a llamar la atención. Todo esto se parece mucho a un grupo de personas reunidas en una habitación, cada una de las cuales quiere hablar más alto que los demás, obligándolos así a levantar también la voz. Quizá hay una radio encendida, que emite sus propios alaridos, y bien pronto todo el mundo se encuentra gritando a voz en cuello. La persona tranquila, de modales dignificados, se encuentra irremisiblemente perdida. Un anuncio sería una cosa maravillosa si se pudiera ejecutarlo sobre la base de: "Que todo el mundo se calle menos yo", como dijo cierta vez un niño. Esta situación nos lleva a la conclusión filosófica: "Si todo el mundo insiste en gritar, ¿qué puedo hacer yo sino gritar también?"

Pero afortunadamente la palabra impresa no puede gritar. Existe una descaminada concepción acerca de los resultados que pueden obtenerse con las letras exageradas, los colores charros, las inscripciones y textos llamativos. El mismo factor de contraste, que se supone puede atraer la atención hacia ellos, puede también alejarla por completo, precisamente por falta de contraste, cuando todos los anuncios de una misma página "gritan". Así como la tranquilidad de una habitación presta distinción a una sola voz bien modulada, de la misma manera la simplicidad y el espacio atraen la atención hacia una presentación agradable. Las letras de tamaño exagerado se engullen el espacio que un anuncio necesita para ser eficaz. Los colores chocantes se destruyen entre sí y destruyen la calma y el contraste que producen el color verdaderamente brillante.

Suponed que tenemos un piso en el que hay desparramados todos los objetos imaginables. Barremos un cuadrado de espacio abierto, y en su centro colocamos una naranja o una manzana. En esto reside para mí el principio de concentrar la atención. Si hubiéramos volcado un cesto de naranjas sobre la confusión reinante, no habríamos obtenido la décima parte de la atención que provocamos de esa manera.

Este es uno de los hechos que más difícil resulta hacer comprender al anunciador, pero su eficacia es demostrada continuamente en la práctica. Recuerdo en este momento un affiche de Coca-Cola, en el que aparecía la sola palabra "Sí", pronunciada por una muchacha que sostenía una botella del producto en su mano. Recuerdo un anuncio de la Sopa Campbell, en el que aparecían la cabeza y los hombros de un chico que sostenía un plato, con la inscripción "Más". El espacio en blanco circunda a un fondo de brillante colorido; en el primer caso era un verde mate envolviendo una cabeza de gran tamaño. Recuerdo la sencilla eficacia de los anuncios de las Carrocerías McClelland, que pertenecen aun a la historia contemporánea de la publicidad. Podría mencionar muchos ejemplos más, que demuestran que los aproches exagerados nunca logran superarlos cuando se trata de vender el producto y propagar el nombre del anunciador.

Puesto que no podemos colocar letreros de neón en las páginas de una revista (¡y poco falta en realidad para que esto se intente!), es obvio que gritar y aullar no constituye una solución. Admitiendo que el contraste es valioso y aun necesario, siempre que pueda obtenerse, ¿no será el empleo de buenos modales, en oposición con los malos, la mejor manera de obtenerlo? ¿No podremos obtener distinción por medio de la simplicidad, y barrer la mala publicidad, abigarrada y chillona, con un buen empleo del espacio en blanco?

Si la publicidad quiere progresar, ¿puede hacer algo más con respecto al texto? ¿Queda algún superlativo por alcanzar? No hace muchos años las páginas de las revistas empezaron a aparecer con margen. Esto les daba una pulgada o más de espacio a cada costado. Inmediatamente todos se lanzaron sobre ese margen, porque, ¿no era acaso más espacio para llenar? De este modo los avisos eran un poco más grandes, pero ¿con qué fin? Por último la belleza del margen blanco, que daba eficacia a la página, fué expulsada, de manera que el aviso terminaba con el borde mismo de la página.

La extensión, cuando está atestada de cosas, está reñida con la eficacia. Observe el lector que por grande o pequeño que sea un rostro en la pantalla cinematográfica, en ningún momento tenemos conciencia de que sea otra cosa que un rostro. El tamaño sólo nos permite ver la misma cosa, como si estuviera cercana, desde una gran distancia. Cuando tal efecto es una buena inversión, debe tenérselo en cuenta en la publicidad. Pero el tamaño se obtiene siempre a expensas del aislamiento marginal, del "espacio para respirar". Cuando el tamaño invade los bordes pierde eficacia, así como un hombre puede engordar demasiado para producir buena impresión. Un aviso puede derramarse por el espacio que no le corresponde con la misma facilidad que un hombre gordo sobre una silla. Poco se ha ganado con la página marginada, y sólo los anunciadores más avisados han sabido aprovecharlo como "espacio para respirar", compensando la pérdida del espacio con la eficacia del anuncio. La página marginada es como un cuadro sin marco.

Si la publicidad no puede volverse más chillona, ¿qué nos queda? Sólo una cosa: el buen gusto. Buen gusto en los originales, en las copias, en la presentación. La publicidad ha crecido, y sus antiguas ropas le quedan chicas. En vez de evitar el buen arte, la publicidad debe buscarlo. Las cualidades que han engrandecido al arte serán las que hagan los mejores anuncios: la presentación directa de la verdad, embellecida con la imaginación y el buen gusto, la simplicidad del aproche, la subordinación de lo trivial y lo intrascendente y la búsqueda incansable del ideal.

Hay en el arte publicitario posibilidades que aun no han sido explotadas. Pero su desarrollo debe efectuarse en el reino mismo del arte, y no en el escritorio del anunciador. Este no puede, no podría nunca indicarnos cómo debe hacerse. El trata de decirnos qué es lo que quiere, pero en último término debe aceptar lo que le damos. Está más limitado que nosotros. Es por esto que no limitamos nuestra individualidad ni capacidad a la realización de lo que nos pide. Debemos darle más de lo que pide.

El único camino que queda es producir mejores proyectistas, mejores artistas y mejores redactores, porque la publicidad de las revistas depende siempre de la cooperación entre esos tres factores. De ser posible, debemos tratar de eliminar la diferencia entre arte publicitario y bellas artes. No parece del todo lógico morirse de hambre con el fin de producir "buen arte" y mantenerse alejado al mismo tiempo de la publicidad. En vez de que el "buen artista" se "rebaje" a la publicidad, ¿por qué no tratar de elevar el nivel de ésta en lo posible? ¿Acaso no puede ser tan buena la obra de arte que aparece en una página impresa como la que está colgada en la pared de una exhibición?

¿Acaso podría dudarse de la eficacia publicitaria de una acuarela de Sargent, o de una de sus sorprendentes cabezas en carbonilla, reproducidas en la página de una revista? ¿Qué es, al fin y al cabo, lo que da a la publicidad corriente un bajo nivel pictórico sino la clase de arte publicitario que producimos?

No, querido lector, la publicidad está muy lejos de haber hecho todo lo posible. Su futuro depende de lo que podamos producir. Cuando nuestro trabajo sea lo bastante bueno, los anunciadores dejarán de indicarnos lo que debemos hacer. Ellos tienen su propio departamento de buen gusto, para pulir los proyectos y la presentación, pero esa tarea es mucho menos importante que la que tenemos que hacer *nosotros*. Debemos aprovechar los principios fundamentales como nunca se ha hecho antes. No debemos creer que un año o dos de estudio en una escuela de arte son todo lo que necesitamos. Ese estudio sólo es el aprendizaje del estudio individual que deberemos hacer después.

No hay duda de que con los nuevos inventos pueden surgir algunas nuevas formas de publicidad. La publicidad es publicidad, ya sea que la cantemos, la digamos, la pintemos o la representemos. La publicidad es cualquier manera de hacer que la gente mire o escuche.

Si observamos la arquitectura, el dibujo industrial, la ingeniería, vemos que han progresado hacia una mayor simplicidad y buen gusto. La publicidad no puede ser la única profesión que no necesite alterar su curso.

Si queréis prepararos para la publicidad del mañana, no debéis mirar tanto a las anuncios de la actualidad como a la vida, la naturaleza, la forma, el color y el diseño. Debéis acudir a la única fuente que puede dar a vuestro trabajo las hermosas cualidades que son tan necesarias. Pintad cabezas como si estuvierais ejecutando hermosos retratos, pintad la forma tan cuidadosamente como si la esculpierais. Buscad la belleza de tono y colorido que podrían justificar la presentación de vuestro trabajo en una exposición pictórica. No hay mejor manera de hacer progresar la publicidad.

EL CARTELON EN LA VIA PUBLICA

Ya se ha señalado la relación entre la publicidad y el tiempo de que se dispone para leerla. Esta consideración alcanza su máxima importancia cuando se trata de planear un cartelón para la vía pública. Los expertos en cartelones están de acuerdo en señalar que diez segundos es el tiempo máximo de que se dispone para leer. El cartelón, por lo tanto, debe ser planeado sobre esa base. Ahora bien, diez segundos son muy poco tiempo para leer, y demasiado para apartar los ojos del camino cuando se guía un automóvil. Para dar el máximo tiempo de lectura y al mismo tiempo eliminar el peligro para el conductor, se siguen siempre que es posible dos planes para la colocación de cartelones. Uno de ellos consiste en poner el cartelón en ángulo con la carretera, para que pueda verse desde lejos. Esto explica la disposición en zig-zag que suele observarse en los cartelones. El otro consiste en colocar el cartelón directamente frente al conductor, y en posición tal que la línea de visión coincida con la dirección del tránsito. El texto debe reducirse al mínimo y la composición ha de ser simplísima, para que pueda verse de lejos. Aceptad como un axioma que un cartelón ha de ser simple, directo y rápidamente legible.

El elemento más usado en el planeamiento de cartelones es la cabeza de gran tamaño, o una sola unidad de gran tamaño. Una figura aislada, especialmente si puede ser insertada a lo largo, también es buena. Si se emplean medias figuras, colocadas perpendicularmente, puede incluirse un número mayor. El cartelón es un cuadro que rara vez llega hasta el marco, a menos que el tema sea muy simple.

Ocho palabras, incluso el nombre del producto, es el máximo de texto, y cuanto mayor el número de palabras que puedan eliminarse mejores los resultados. Un cartelón con una sola palabra es el sueño de todo pintor de affiches. Las agencias de publicidad, acostumbradas a preparar textos para anuncios de revistas, suelen incurrir en graves errores cuando se trata de planear cartelones.

Los fondos lisos muy simples son prácticamente una necesidad del cartelón. La disposición del tema en diagonal es buena, porque contrasta con la disposición acostumbrada, horizontal o vertical. También puede resultar conveniente hacer descender un poco la línea superior del fondo, de manera que la unidad pictórica sobresalga. Esto también se aparta de los letreros corrientes y es un artificio para llamar la atención. Por esta razón se emplea a menudo una línea de texto sobre el fondo de un cartelón. Los cuatro planes tonales básicos son casi indispensables para la confección de un buen cartelón. Los cartelones deben ser nítidos, precisos y tener buen contraste.

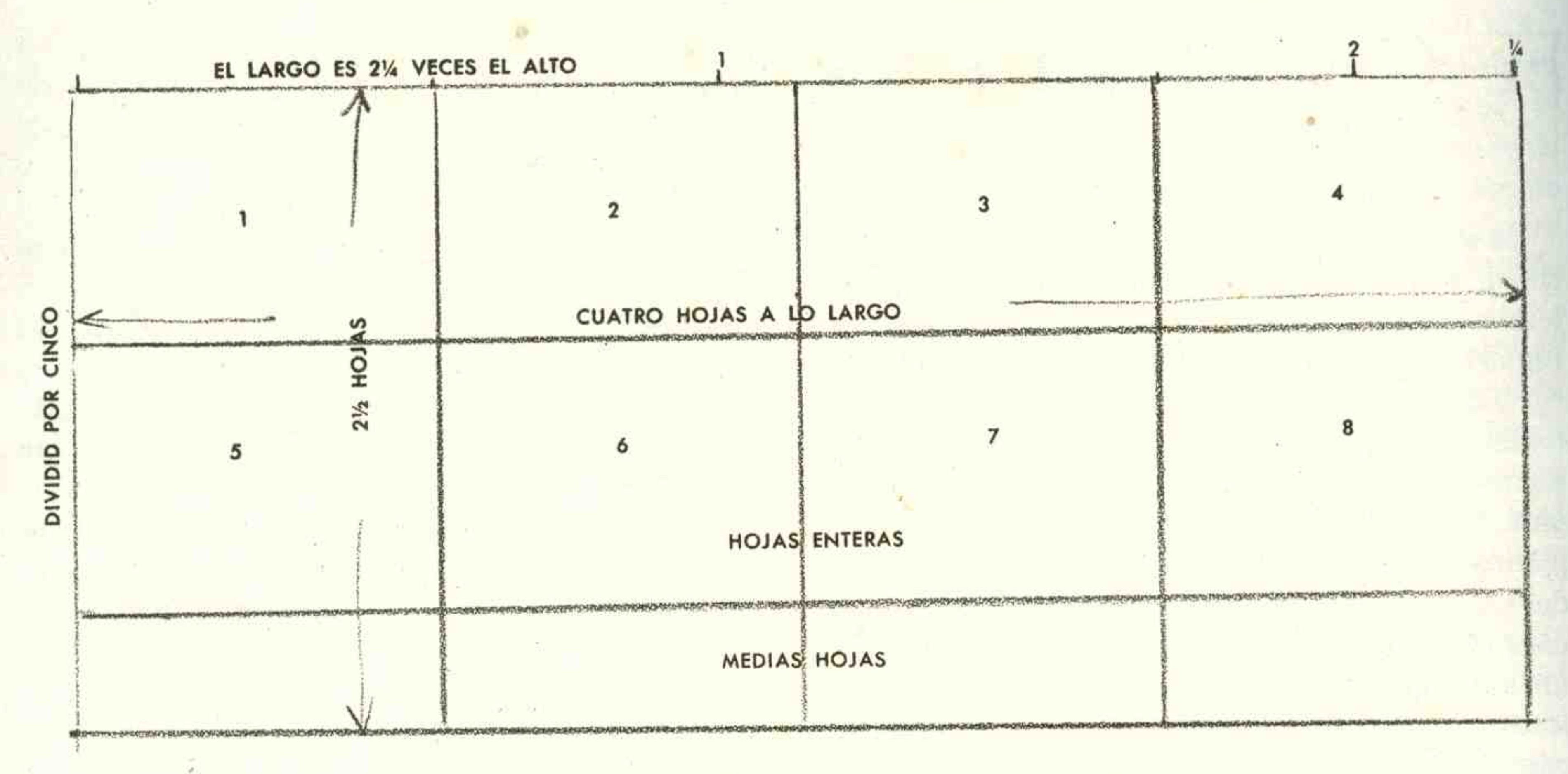
La disposición de las hojas del cartelón, que damos en la página siguiente, debe ser estudiada cuidadosamente; los bordes de las hojas no deben cortar los ojos, los dedos, ni siquiera la cabeza; de ser posible, cada una de estas unidades ha de estar en una sola hoja. Tampoco debe permitirse que el borde de las hojas corte a través de una línea de texto de pequeño tamaño. Asimismo, es preferible no pegar las hojas de los cartelones en un día de viento, porque entonces resulta casi imposible hacerlas concordar exactamente. Por otra parte, todo lo que podáis hacer para facilitar la tarea del litógrafo resultará en beneficio mutuo.

Observad que las medias hojas pueden ser colocadas ya sea en la parte superior o en la inferior del cartelón, o bien alternadamente, una en la parte superior y otra en la parte inferior. Esto da libertad a vuestro diseño y os permite distribuir vuestro material de manera tal que se evita todo corte infortunado a través de importantes elementos del tema.

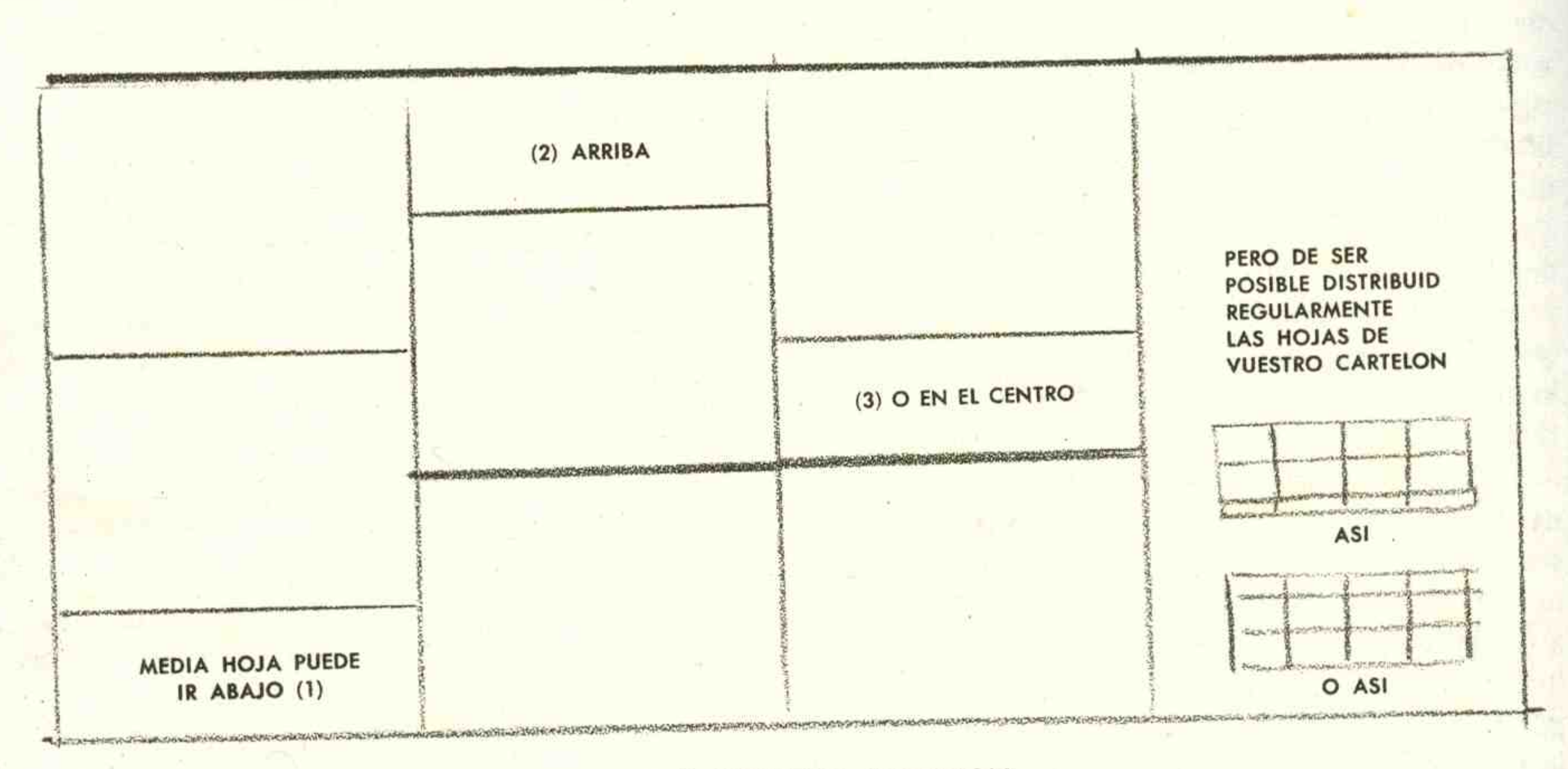
Los cartelones son a veces vendidos por agencias, y se deja en ellos el espacio libre necesario para el nombre del distribuidor. En ese caso, ese espacio debe ser planeado en el cartelón original. Los cartelones, más que cualquier otro material de ilustración, deben ser planeados cuidadosamente. Por lo general, os pedirán que hagáis un boceto general, antes de encomendaros la realización final del trabajo, y esto es conveniente, ya que un buen cartelón no es nunca un producto de la adivinación.

Hay diversas presentaciones "standard", con las que debéis familiarizaros. Es difícil llenar la forma horizontal del cartelón con un buen diseño; el cartelón difiere de los demás tipos de ilustración. Experimentad con él.

COMO DISTRIBUIR LAS HOJAS DEL CARTELON



DISTRIBUCION DE LAS HOJAS DEL CARTELON



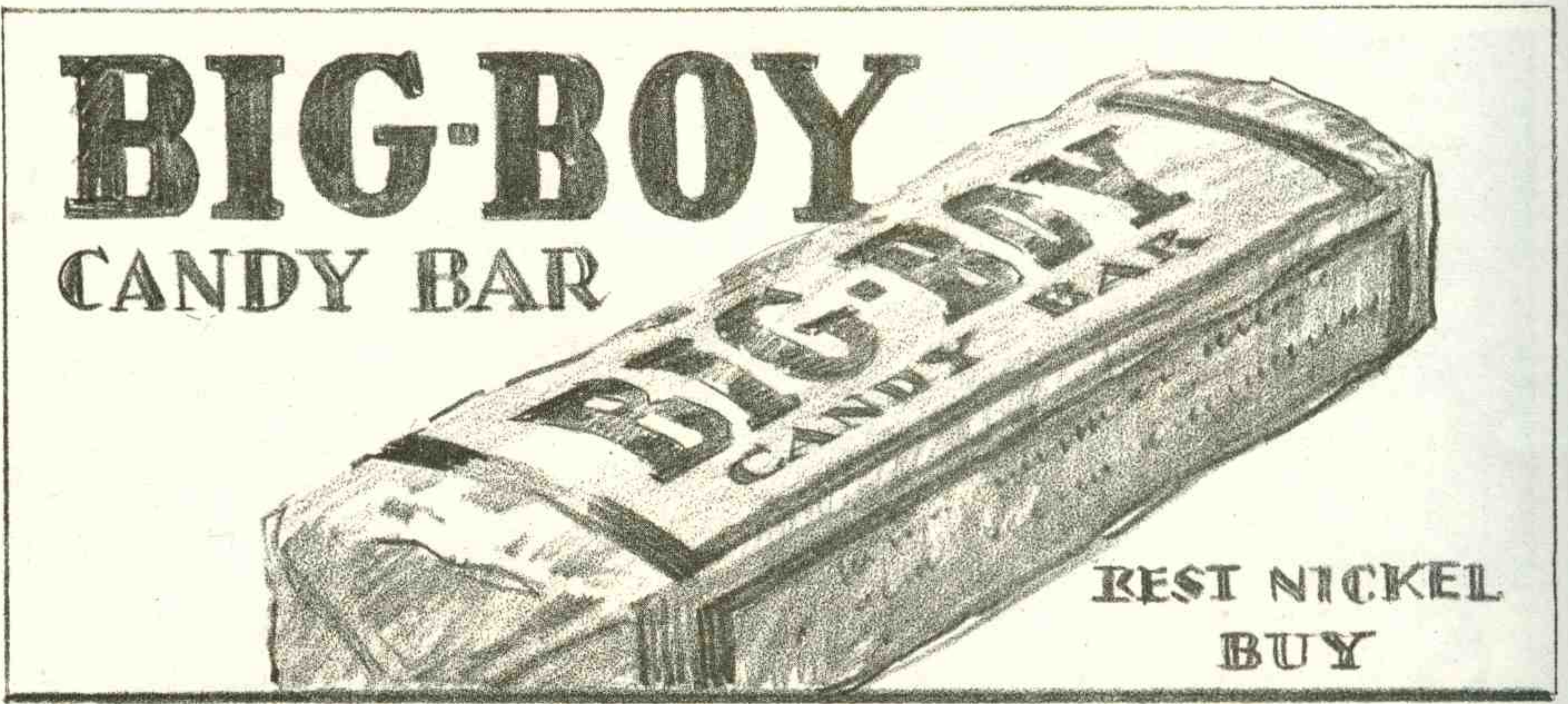
PLANEAD VUESTRO CARTELON

AL PLANEAR UN CARTELON NO SE DEBE OLVIDAR LA CONVENIENCIA DEL LITOGRAFO Y EL PEGADOR. EVITA QUE LAS DIVISIONES ENTRE LAS HOJAS ATRAVIESEN LOS OJOS, LA BOCA, LOS DEDOS, ETC., QUE QUEDARIA MAL SI LAS HOJAS FUERAN PEGADAS LIGERAMENTE FUERA DE SU SITIO. ESOS CORTES, ADEMAS, SON MALC PARA EL LITOGRAFO. SI PODEIS, INCLUID TODOS LOS RASGOS EN UNA SOLA HOJA. CUIDAD DE QUE L/ DIVISIONES LONGITUDINALES NO ATRAVIESEN UNA LINEA DE TEXTO PEQUEÑO. "CUANTO MAS FACIL SE PARA EL GRABADOR, MEJOR SERA EL GRABADO".

DISTRIBUCION TIPICA DE UN CARTELON



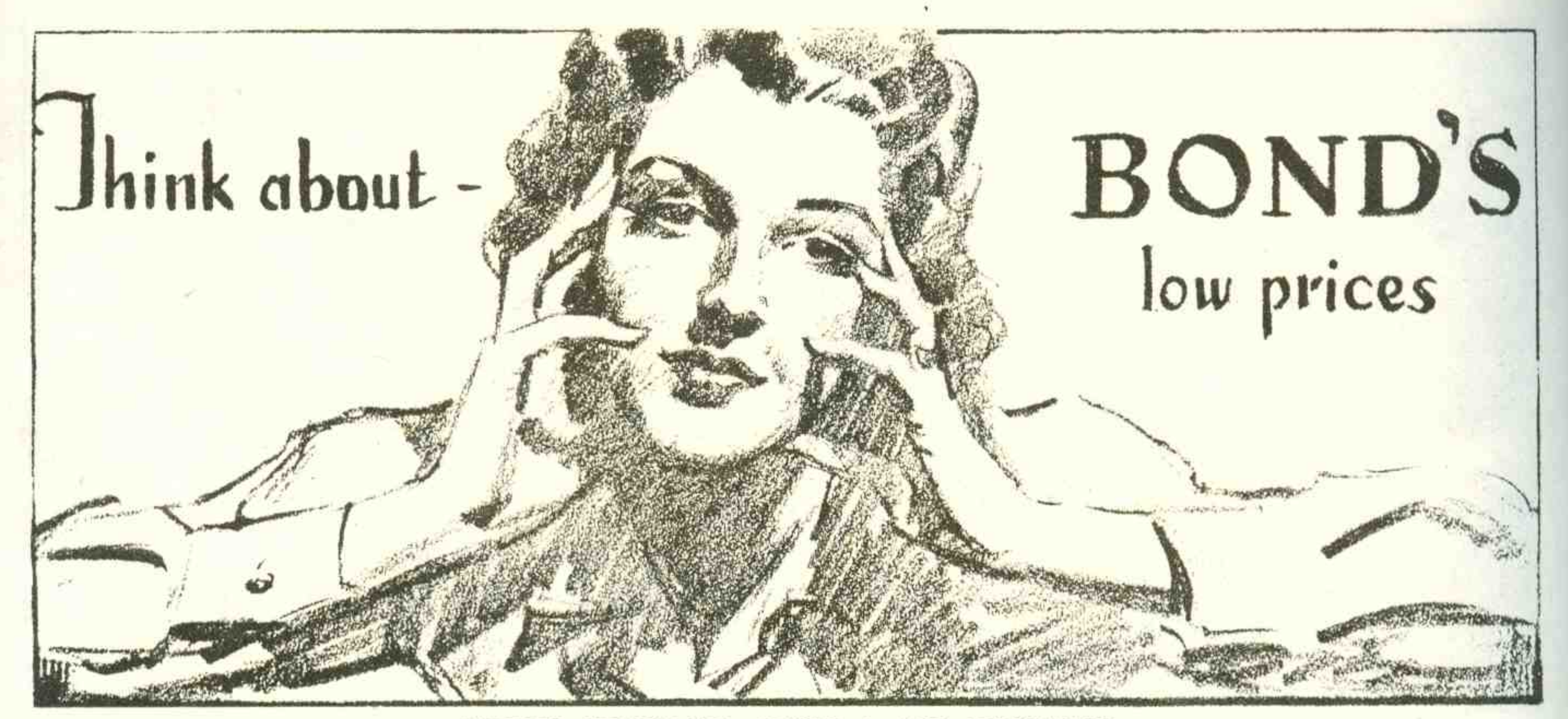
INTERES ILUSTRATIVO A UN COSTADO, MENSAJE, PRODUCTO Y NOMBRE EN EL OTRO. OBSERVAD LA DISTRIBUCION DE LAS HOJAS.



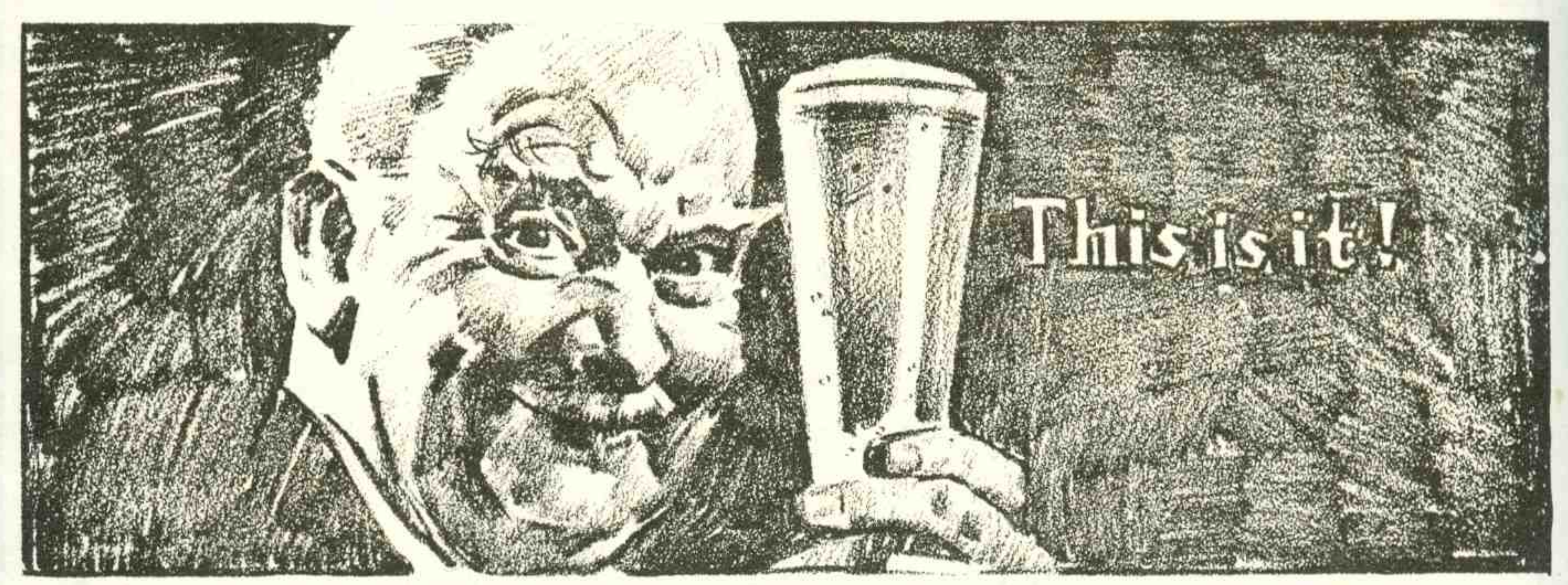
COLOCACION EN DIAGONAL ENTRE EL NOMBRE Y EL TEXTO. LA DIAGONAL PUEDE ESTAR DIRIGIDA EN CUALQUIERA DE LOS DOS SENTIDOS. LLAMA LA ATENCION.



ILUSTRACION A AMBOS LADOS. SE DEJA EL AREA NECESARIA PARA EL MENSAJE, NOMBRE O PRODUCTO. PUEDE SER UN BUEN CUADRO.



INTERES CENTRADO, TEXTO A LOS COSTADOS



SUDWEISER-AGED!

ILUSTRACION SOBRE EL NOMBRE DEL PRODUCTO

FIVE MINUTES TO PREPARE!



TEXTO SOBRE LA ILUSTRACION

UN ENCARGO TIPICO PARA UN CARTELON

Supongamos que nos han encomendado la realización de un cartelón para la vía pública. Tomaremos un producto ficticio, y yo trataré de terminar el cartelón exactamente como si se tratara de un problema verdadero. Suponed que elegimos una bebida suave, a base de limas. La llamaremos "Zip", puesto que no conozco ningún producto verdadero de ese nombre. Ahora bien, como se trata de una bebida a base de limas, puede haber mucha gente a quien no le guste una bebida demasiado amarga; el problema, pues, consiste en hacer un cartelón atractivo, en el que se recalque que el producto es "tan dulce como usted lo desea". Esto trae a la mente diversos lemas:

Tan dulce como usted lo desea
Lo bastante dulce
No podría ser más dulce
Tan dulce como puede serlo

El último es probablemente el mejor. Trae a la mente una muchacha joven y dulce, pero como la bebida se llama "Zip" (1), deberá ser al mismo tiempo vivaz y llena de animación. Debemos mostrar la botella y tal vez el vaso. Si pintáramos a la muchacha en movimiento, la botella y el vaso tendrían que estar separados. Para relacionar directamente la figura con el producto, representémosla sosteniendo la botella y, quizá, un vaso casi lleno. Como esta actitud no es muy activa, vayamos al otro extremo. Pintemos a la muchacha con ropas de *sport*, sugiriendo que ha estado en movimiento, y que ahora descansa en una especie de reposera. En mi opinión la muchacha debería estar mirando al espectador y sonriéndole (esto es inevitable). Como el cartelón es más ancho que alto, es ideal para el tema.

El nombre del producto, o la marca de fábrica, debe ser incorporado al affiche. En consecuencia, también lo diseñaremos aquí, aun cuando en un encargo verdadero os lo darán ya hecho. Nunca he sido un experto letrista, y he dejado siempre esa parte del trabajo a un letrista empleado por mí o por el comprador. Y aunque algunos encuentren defectuosas las letras del texto, haré lo mejor que pueda y os pido indulgencia para esa parte del trabajo.

He dibujado algunos bocetos a lápiz, muy pequeños, para estudiar la composición. Por falta de espacio, y como todos esos bocetos menos dos fueron descartados, no los reproduciré aquí. Sin embargo, a partir de los dos bocetos más promisorios elaboré otros dos, algo más completos, de cuatro por nueve pulgadas. Es menester reducirlos un poco para adaptarlos al tamaño de la página. En base a estos dos bocetos últimos realicé dos bocetos en color. Como el fin de éstos es ver la impresión de conjunto y elegir los colores, los he realizado de la manera más simple posible. Si tuviera que someter a la consideración del cliente un verdadero boceto en color, iría más lejos, y lo haría de diez por veintidós pulgadas y media.

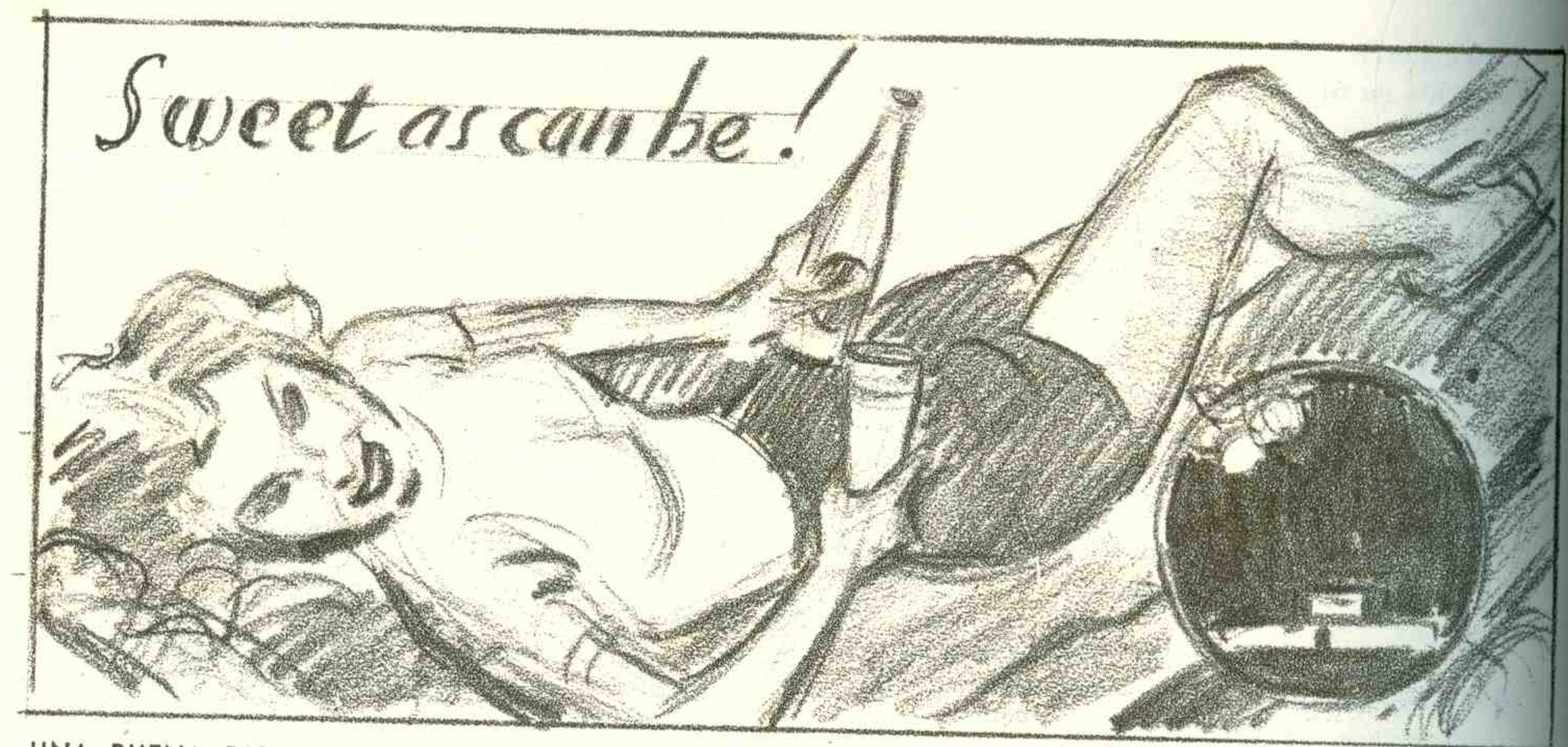
Eligiendo uno de los bocetos, llamo a una modelo y le hago reconstruir la pose en la mejor forma posible. Podría trabajar directamente del natural o bien sacar fotografías. Quiero una sonrisa animada, quiero captarla y conservarla, y como ya he elaborado un plan bastante bueno para el color, saco una fotografía basada en los bocetos.

Eligiendo la mejor copia fotográfica acometo el trabajo final. La pintura será de veinte por cuarenta y cinco pulgadas. La reproducción será hecha con esta pintura de gran tamaño. Planeo el cartelón con carbonilla. Primero distribuyo las hojas. Advierto que, usando media hoja para la parte superior izquierda del cartelón puedo lograr que la cara de la muchacha entre por completo en la hoja entera que le sigue hacia abajo. De este modo, asimismo, el lema cabe perfectamente en las medias hojas de la parte superior. Sabiendo que he facilitado en todo lo posible el trabajo al litógrafo, acometo la realización final. Lo primero que pinto es el fondo, después la reposera roja. El fondo es una combinación de la blusa, la reposera y los *shorts* blancos. En los *shorts* blancos pongo algunos pequeños toques de los otros colores.

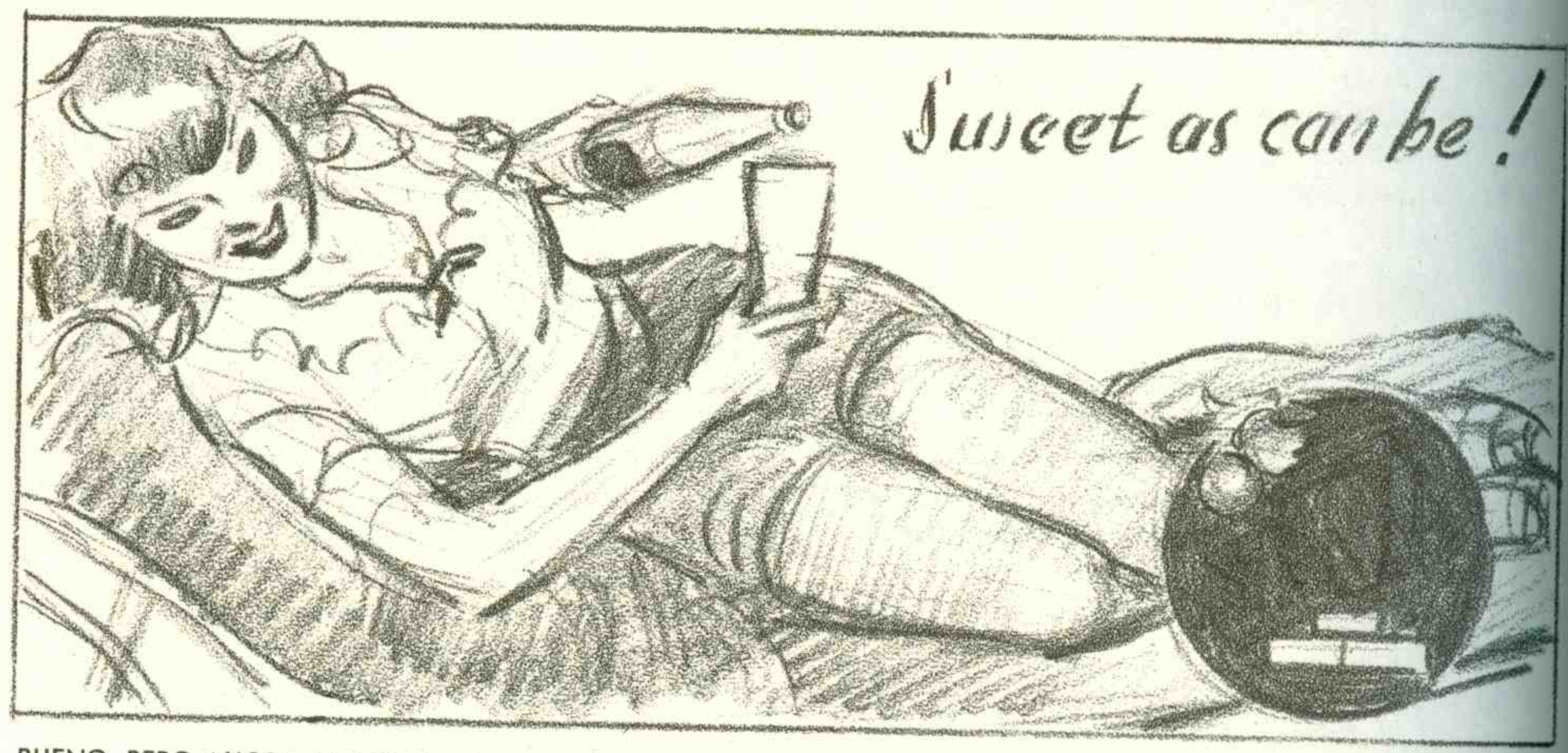
El cuadro está completo y he dejado secar la pintura. Ahora agrego el texto y algún toquecito final, para terminar todo al mismo tiempo. He dejado un margen blanco para simular el espacio en blanco que se deja siempre alrededor de los cartelones de la vía pública.

Mucho se ha protestado y clamado contra los cartelones de la vía pública, alegando que desfiguran la belleza de nuestras ciudades y nuestras campiñas. Es preciso admitir que en el campo abierto pueden constituir una molestia para la vista; pero también es cierto que muy a menudo pueden ocultar edificios derruídos o baldíos llenos de residuos. Un cartelón no es necesariamente feo, y menos si está bien hecho. Eso depende de vosotros.

(1) Término que significa energía, vigor, vivacidad.



UNA BUENA DISTRIBUCION. SIN EMBARGO, LA PIERNA DE LA MUCHACHA PUEDE DESVIAR LA ATENCION DEL NOMBRE DEL PRODUCTO, O FUERA DE LA ILUSTRACION. PROBAREMOS NUEVAMENTE.



BUENO, PERO AHORA LAS PIERNAS ESTAN DEMASIADO SUBORDINADAS. LA SOLUCION ESTA ENTRE AMBOS BOCETOS, PROBABLEMENTE EN BAJAR LA RODILLA DE LA MUCHACHA EN EL CROQUIS SUPERIOR.

DESPUES DE VARIOS CROQUIS MAS PEQUEÑOS, ESTOS PARECIERON LOS MAS PROMISORIOS, Y FUERON DIBUJADOS MAS CUIDADOSAMENTE, REVELANDO UNA DIFICULTAD TECNICA. HABRIA SIDO PERJUDICIAL NO DESCUBRIR ESE ERROR A COMIENZOS DEL TRABAJO, LO QUE PRUEBA LAS VENTAJAS DE UN PLANEAMIENTO CUIDADOSO. A PARTIR DE AQUI, EL ARTISTA PODRIA EMPEZAR A PENSAR EN EL COLOR, HACIENDO ALGUNOS PEQUEÑOS CROQUIS. UNA VEZ ELEGIDO UN BUEN PLAN DE COLOR PUEDE COLOREAR DIRECTAMENTE EL BOCETO A LAPIZ ELEGIDO, O BIEN HACER VARIOS BOCETOS RAPIDOS CON UN PLAN DISTINTO, LO BASTANTE GRANDES COMO PARA SER CLARAMENTE VISIBLES A TRAVES DE LA HABITACION.

MEDIOS TONOS DE LOS BOCETOS EN COLOR





LOS BOCETOS EN COLOR PUEDEN HACERSE ANTE MODELO O EN BASE A UNA FOTO, O BIEN SIN DATOS DE NINGUNA ESPECIE EN EL CASO DE QUE NO DEBAN SER PRESENTADOS AL CLIENTE. ESTA CLASE DE BOCETOS SON PARA EXPERIMENTO Y SATISFACCION DEL ARTISTA. EQUIVALEN A LA SEGURIDAD DE QUE TODO VA BIEN (O NO). SI ESTA SATISFECHO, PUEDE ACOMETER LA REALIZACION FINAL. LOS BOCETOS SON TAN IMPORTANTES COMO EL TRABAJO FINAL Y FORMAN PARTE DE EL, YA QUE VAN INCORPORANDO LOS ELEMENTOS QUE EN ULTIMA INSTANCIA CONSTITUYEN UN BUEN AFFICHE.

EL CARTELON TERMINADO



AQUI TENEMOS EL CARTELON TERMINADO. PUDO HACERSE EN MEDIA DOCENA DE IDEAS O PROYECTOS DIFERENTES

MUESTRAS PARA ESCAPARATES

Puede considerarse, en general, que el público dispone de más tiempo para leer los carteles litografiados y recortados que se colocan en los escaparates que para leer los cartelones de la vía pública. Sin embargo, ese tiempo de lectura no es tan discrecional como en el caso de los anuncios de revistas. En realidad, la mayoría de la gente ve esta clase de carteles cuando anda de prisa, al pasar frente a los escaparates, ir de compras, almorzar, o bien al dirigirse o regresar del trabajo. Por lo tanto, al planear esta clase de carteles debe buscarse la brevedad del texto, la simplicidad de los elementos pictóricos y el atractivo directo.

En primer término, consideremos las diversas clases de muestras. El tipo más usado es el panel simple, con texto o mensaje directamente sobre el cartel, ya sea en su parte superior o en la inferior. Puede estar sostenido en su parte posterior por un caballete, o bien ser colgado de una pared. A veces se lo coloca sobre una base, que le sirve de soporte, y en ciertas oportunidades el paquete o envase que contiene al producto verdadero se exhibe sobre esa base. Hay carteles formados por una página entera, y otros que se pegan, se clavan con tachuelas o se cuelgan. Los carteles formados por una sola hoja no se montan sobre madera como los otros. (En la mayoría de los casos el montado se realiza después de la impresión.)

En otras clases de muestras se emplea todo el ingenio posible para troquelar y para experimentar con diversos artificios destinados a mantener la estabilidad. Con cartón es posible, de esta manera, hacer prácticamente cualquier cosa, obteniendo a veces un efecto tridimensional; la inventiva tiene aquí amplio campo para ejercitarse, cosa que no siempre ocurre con otras formas publicitarias. Puede recortarse una figura o un grupo y colocarla contra un fondo. Esta clase de exhibiciones pueden ser sumamente intrigantes e ingeniosas. El troquelado intrincado, sin embargo, es costoso, y por eso se trata de reducirlo al mínimo. El corte se efectúa por lo general en el borde externo solamente, y se dejan sin cortar los espacios interiores que quedan entre los brazos y el cuerpo. Estos espacios interiores requieren cortes separados. Las sierras no pueden recortar con exactitud ángulos y salientes agudos, por lo que deben evitarse contornos demasiado irregulares o complicados. La sierra consiste en una banda de acero flexible que corta siguiendo el contorno.

Otro tipo de cartel es el de tres alas, que se coloca como un biombo de tres alas, o bien con las alas sujetas mediante dispositivos especiales. No tiene soporte en su parte posterior, y su ventaja reside en que puede ser colocado al fondo de un escaparate o contra la pared, sobre una repisa, con los productos exhibidos frente a él. Por lo general, el panel central es el más grande y el que tiene el mayor interés pictórico. Los paneles laterales pueden ser usados para los productos, o bien para el texto publicitario.

En el cartel de "dos planos", el primer plano está por lo general troquelado, mientras que el segundo sirve de fondo permanente al asunto pictórico; un cartel recortado en un solo plano podría aparecer contra cualquier fondo, perdiendo a menudo en eficacia. El plano del fondo puede ser pegado al primer plano de manera que pueda plegarse y transportarse fácilmente. En esta clase de carteles el plano recortado da una sensación de espacio, y si se le da buen relieve mediante el correcto modelado de los valores puede obtenerse una apariencia muy realista. Esta ilusión de realidad llama tanto la atención que bien vale el gasto adicional que insume obtenerla. Esta clase de carteles debe hacerse primero en miniatura y ser discutido cuidadosamente con el cliente, quien al ver el efecto realzado que se obtiene probablemente sentirá justificado el gasto adicional.

Un tipo muy popular de muestra es la figura recortada de gran tamaño que se coloca en los negocios, en lugares conspicuos. Los artistas han motejado a estos carteles con el nombre de "¡Oh, disculpe!", porque la gente siempre los lleva por delante y los toma por personas reales. Las piernas y los pies de estos carteles son un problema, porque deben suministrar una base amplia y sólida. Los pies de pequeño tamaño se romperían y el artefacto andaría siempre rodando de un lado para otro. Un vestido largo es, por supuesto, la mejor solución, pero cuando no es posible emplearlo el único recurso es poner detrás de las piernas una especie de fondo, que puede ser de color oscuro.

LAS MUESTRAS ANUNCIAN EL PRODUCTO EN EL LUGAR DE VENTA

La eficacia de estas muestras reside en que se exhiben en el sitio mismo donde se expende el producto, y se convierten en vendedores directos del mismo. No es necesario, por otra parte, que sean fácilmente recordables, actúan sobre el terreno. No es una propaganda general, sino directa, positiva, casi de persona a persona. La palabra "usted" obtiene excelentes resultados en esta clase de carteles. El objeto de éstos puede ser resumido en las siguientes frases: "Aquí está, cómprelo"; "Haga la prueba ahora"; "Llévelo consigo"; "Es bueno; cómprelo".

Un buen cartel puede hacerse a menudo en torno a su uso o aplicación. Un enorme cepillo de dientes puede estar cepillando dientes descomunales, un gran lápiz labial pintando labios de gran tamaño, manos desmesuradas esmaltando uñas igualmente desmesuradas. O bien podemos utilizar la inevitable muchacha hermosa usando o aplicando el producto. Como en el caso de los cartelones de la vía pública, las cabezas de gran tamaño parecen ser las más eficaces. En realidad, cualquier tema puede ser agrandado para llamar más la atención.

Los atractivos básicos son tan aplicables a estos carteles como a cualquier otra clase de publicidad. A veces son la síntesis final de otras formas publicitarias, constituyendo un llamado directo al comprador.

Séame permitido decir que en este campo apenas si se han explotado las posibilidades y oportunidades publicitarias de que dispone el artista. Existen, por supuesto, millones de carteles. Pero rara vez alcanzan un cabal valor artístico. En años recientes algunos anunciadores se han aventurado a tomar a su servicio a algunos de los artistas más talentosos del país, y a eso se debe que algunas de las exhibiciones de los escaparates sean realmente hermosas. Se hacen aún muchos trabajos charros, chillones y baratos. Pero, en general, este campo de actividades progresa firmemente, y por tanto la concepción como la ejecución mejoran. Ningún motivo impide que un cartel de escaparate sea una obra de arte tan hermosa como un cuadro de museo. Creo que la crudeza de muchos de los trabajos que se exhiben obedece a una equivocada concepción más que a falta de interés por parte del público.

Estoy seguro de que esta concepción equivocada ha estado incorporada al campo litográfico durante un tiempo demasiado largo. Cuanto más progresan los litógrafos, mejores resultados da la publicidad artística, más atrae y vende. Para vender un producto no es necesario recurrir a una propaganda chillona.

No puede negarse que la brillantez del colorido realza un cartel, pero los litógrafos, al parecer, no saben aún lo que es "brillantez relativa", y que ésta es en realidad más brillante y hermosa que las eternas combinaciones de primarios crudos. Los litógrafos se han apartado de los colores tonales o grisados como un caballo se aparta de una víbora, sin comprender que es merced al sostén de esos colores que los colores brillantes resplandecen. No saben que el amarillo puro apaga al rojo, y que el rojo puro apaga al azul, y que esos colores puros, luchando entre sí, provocan en la mayoría de nosotros una respuesta negativa que llega a traducirse en un agudo dolor de estómago. Es imposible vender nada a un público atacado de náuseas, y algún día se sancionará una ley contra la producción de colores venenosos para consumo del público, como la hay contra la fabricación de alimentos tóxicos. Tanto unos como otros enferman. Recae sobre vosotros, los artistas jóvenes, la responsabilidad de iniciar la cruzada en pro del buen colorido. Creo que podréis hacerlo. Desearía poder colocar en cada taller litográfico un enorme letrero con las siguientes palabras: "*Si usa un primario puro, por amor de Dios entone los otros dos*". Esto es todo lo que hace falta. Podéis entonar los otros dos colores con un toque del color puro. El problema es sencillísimo.

Quedan aún muchas oportunidades para ser original en la ejecución de carteles. En lugar de la ilustración de bordes duros, que parece pegada con goma sobre su fondo, debe apelarse a la pintura de buena calidad, en la que los valores, la suavidad y la hermosura de los tonos desempeñan un papel de igual importancia. ¿Por qué no puede pintarse un cartel a la manera de un hermoso retrato, en vez de esos mamarrachos fotográficos, en los que se sacrifica todo el colorido en aras del llamado "color limpio"? El color limpio es una ilusión; lo es también, por ejemplo, la creencia de que la tez no puede contener otros colores que el rojo y el amarillo. El color limpio reside en los valores verdaderos y nada más. No hay razón para que la litografía se quede rezagada con respecto a las otras esferas de la producción artística. Si se comprendiera mejor el arte, la litografía podría marchar al frente. Pero antes que eso ocurra deben remediarse muchos males.

ELABORANDO IDEAS PARA MUESTRAS

Supongamos que buscamos una idea para un cartel. Como ya se ha indicado, las ideas nacen de hechos concernientes al producto que pueden relacionarse con motivos psicológicos de atracción. Para despertar esa atracción, efectuamos una promesa destinada a satisfacer un impulso, satisfacemos un deseo, o bien buscamos aliviar una situación desagradable. Naturalmente, nuestra intención es interesar al cliente en el producto y vendérselo. Una vez descubiertos los atractivos básicos del producto, el problema se reduce a desarrollar en base a ellos el material publicitario que nos servirá para el logro de nuestros fines. Para asegurarnos de que nuestra idea y nuestro aproche son sólidos, podemos hacer una lista de los elementos de que debe constar un buen cartel, y analizar el material disponible para ver si concuerda con esos elementos. Debe comprenderse que por muy hermosa que sea la obra de arte, si la función específica del cartel no se cumple, todo se pierde, incluso nuestro esfuerzo y la inversión de nuestro cliente. Por lo tanto, al preparar un cartel es conveniente ver si cumple con los siguientes requisitos:

ELEMENTOS ESENCIALES Y FUNCIONES DE UN BUEN CARTEL

1. Debe establecer contacto con el comprador en el punto en que ha de efectuarse la venta.
   a. Debe ser visto claramente desde la acera, y a considerable distancia en el interior de una tienda grande.
   b. Para poder ser visto con claridad, el diseño debe ser simple y el colorido bueno.
   c. Debe llamar la atención del cliente hacia el producto.
2. Dentro de lo posible debe servir para concluir una venta sobre el terreno.
   Luego:
   a. Debe contener algún argumento de venta convincente.
   b. El contenido pictórico deberá amplificar ese argumento.
   c. Para lograr la visibilidad requerida, esta pictorialización deberá estar compuesta de unidades grandes, expresadas con sencillez y en buen contraste con el fondo.
3. Debe identificar el nombre del producto, el paquete que lo contiene y el uso del mismo.
   Por lo tanto:
   a. El producto debe estar representado en algún lugar del cartel, o bien éste estar diseñado de modo que se pueda exhibir en él el verdadero producto.
   b. Si el paquete que contiene el producto es pequeño, deberá ser ampliado lo bastante como para llamar la atención y ser identificado.
4. Todo argumento de venta deberá estar basado en un sólido motivo de atracción, y deberá recalcarse en todo lo posible el mérito del producto.
   a. El texto es más eficaz cuando está dirigido directamente al cliente.
   b. Si se emplea uno de los motivos básicos de atracción, es preciso cerciorarse de que esté dirigido al hombre medio.
   c. Si el motivo de atracción está dirigido específicamente a uno de los dos sexos, es preciso cerciorarse de que sea lógico.
5. Debe ser breve y conciso. Por consiguiente:
   a. Debe dar por supuesto que el cliente está apurado.
   b. Debe procurar la curiosidad y el interés.
   c. Debe suscitar el deseo del producto.

De lo dicho anteriormente se deduce que la publicidad por medio de carteles sigue en general la rutina típica de toda buena publicidad. La diferencia principal es que en vez de aspirar a grabarse en la memoria exige una reacción inmediata. Esta circunstancia debe ser pesada cuidadosamente al seleccionar el material. Al preparar un cartel debemos preguntarnos: ¿concierne al público específicamente o sólo en un sentido general? Séame permitido ilustrar esta diferencia con los dos lemas siguientes: "¿Cómo está su aliento en este momento?" Este lema busca una reacción inmediata, en contraste con el siguiente: "Quita el mal aliento", que no induce al cliente a preguntarse cómo está su aliento ni a suponer que necesita el producto.

Es conveniente efectuar los bocetos preliminares en cartón bristol de dos o tres pliegues, para que puedan ser recortados y armados en miniatura. Es probable que, en un comienzo, la idea y el texto no corran por cuenta vuestra, pero si demostráis al cliente que sabéis de qué se trata os haréis gradualmente más indispensables, hasta que se os dé la oportunidad de poner en práctica vuestro propio criterio y buen gusto en cada encargo.



LA FIGURA RECORTADA

PANEL SIMPLE

TIPO COLGABLE



TRES ALAS

DOS PLANOS

TRABAJANDO CON MUESTRAS LITOGRAFICAS

En justicia debe señalarse que para el artista la ejecución de carteles para exhibición es en alto grado especulativa. A diferencia de lo que ocurre en otras esferas publicitarias, el vendedor de litografías difícilmente os encargará de primera intención la realización final de un trabajo. Por lo general está en competencia con otros vendedores, y si bien está dispuesto a gastar dinero para conseguir el pedido final, no puede garantizaros que ese pedido final le será adjudicado, ya que muy bien puede ser encomendado a otro litógrafo. Todos los vendedores en competencia harán cuanto esté a su alcance para presentar los mejores trabajos preliminares. Con el propósito de superar a los demás, algunos presentarán trabajos terminados, reduciendo así las probabilidades de los otros. Puesto que el litógrafo sólo puede tener una oportunidad entre cinco o diez, es natural que vacile en encargar una pintura terminada y pagar la totalidad del precio exigido por el artista. Todos se sentirían muy satisfechos de poder presentar bocetos, si estuvieran seguros de que los demás harían lo mismo, pero hasta que los litógrafos se pongan de acuerdo en los procedimientos éticos a emplear, esta situación subsistirá. Puede decirse que es verdaderamente hábil el vendedor que consigue colocar un pedido de cada cuatro.

Por otra parte, no hay ningún motivo para que el artista soporte la carga de esta especulación, produciendo pinturas terminadas sin ninguna garantía de que serán vendidas, y con el riesgo que hemos visto. En cada taller de litografía se acumula una "morgue" de pinturas no vendidas, y el importe pagado por ellas es alto. Si un vendedor puede hacer "revivir" o reactualizar una pintura vieja, ya sea vuestra o de él mismo, disminuye el costo de sus ventas. Si necesita un nuevo cuadro, puede haceros cualquier clase de proposición que disminuya sus gastos; en todo caso, él no tiene ningún interés en perjudicar su prestigio agrandando la "morgue" de trabajos no vendidos.

En mi opinión, el arreglo más justo consiste en trabajar "a medias". El artista recibe del litógrafo la mitad del precio de su trabajo. Si el trabajo se vende, recibe la otra mitad, y en algunos casos una bonificación. Si no se vende, por lo menos ha recibido la mitad del precio, en pago de su tiempo y su trabajo. En ningún caso debe el artista correr todo el riesgo, y las casas de prestigio rara vez le exigirán esto.

Si el artista está tratando de forjarse una reputación, esta clase de convenio puede ser ventajosa desde el punto de vista comercial. El conseguir que uno de sus carteles sea reproducido tiene para él un valor compensatorio, por cuanto representa una buena inversión publicitaria para él mismo. No obstante, si el artista puede ocupar todo su tiempo sin necesidad de entregarse a esta clase de especulaciones, es razonable que un cliente le pague tanto como cualquier otro, sin privilegios especiales para el litógrafo.

Si el artista trabaja por un precio convenido, a ser pagado en su totalidad solamente en caso de que le sea encomendado el trabajo final, puede especular con un boceto preliminar, a un precio razonable, y presentar este boceto junto con copias fotostáticas a todo tamaño. Si el artista que presenta el trabajo es bueno, es probable que un simple boceto suyo sea preferido entre otros trabajos terminados. Por otra parte, si el boceto no resulta elegido, por lo menos no representa una pérdida elevada ni para el artista ni para el litógrafo.

No se puede criticar al litógrafo por querer un trabajo terminado, siempre que pueda conseguirlo, sin pagar todo el precio del trabajo. Tampoco se puede criticar a un artista por no querer correr el riesgo de hacer un trabajo terminado, que no le reportará ningún beneficio si, en último término, el pedido es adjudicado a otro. Vosotros podéis hacer el arreglo que mejor os parezca, pero recordad que si vuestro trabajo es considerado lo bastante bueno como para ser presentado y competir con los demás, también es lo bastante bueno como para que os paguen algo por él. No aceptéis una proposición de "el doble o nada", que no concuerda con las probabilidades de venta, las cuales, como hemos dicho, son una en cuatro. Si un "display" se vendiera sólo en base a sus méritos artísticos, las probabilidades serían mejores. Pero la adjudicación puede recaer sobre un trabajo de menores méritos que el vuestro, sobre todo si está asociado a una idea mejor, y la idea puede no pertenecer al artista.

Me han ocurrido casos en que el litógrafo me ha pagado voluntariamente honorarios mayores que los prometidos, una vez colocado el trabajo, y otros en que un trabajo litográfico hecho en el pasado me ha deparado una agradable sorpresa al ser vendido inesperadamente. Esto prueba que si bien los litógrafos se esfuerzan para obtener buenas ganancias, están dispuestos a compartirlas cuando las obtienen.

ALMANAQUES

La teoría de la ilustración de almanaques es la opuesta a la teoría de los "displays". El motivo de atracción es más bien general que específico. Un almanaque debe adaptarse prácticamente a cualquier producto. Rara vez existe una relación directa entre la ilustración y el producto, y a menos que la ilustración sea preparada especialmente no ha de contener un producto específico. Puede ocurrir, por supuesto, que el producto sea de consumo muy generalizado, como la cerveza o el pan, y se venda bajo muchos nombres, con lo que una misma ilustración serviría para muchos almanaques de casas distintas; o que sea planeado para una industria determinada, como la industria automovilística, la de artículos de ferretería, de lechería o panadería. Sin embargo, el propósito del almanaque es ganar la buena voluntad y la constancia del cliente, recalcando la bondad del servicio, la calidad y economía del producto. El almanaque tiende a crear un sentimiento de amistad y confianza en el cliente.

Es importante que el ilustrador comprenda la diferencia entre el atractivo psicológico que debe encerrar el calendario y el de otras formas de publicidad. Los calendarios están asociados a la venta indirecta, o sea, que más que a un producto específico hacen propaganda a una firma o a un renglón de negocios. Esto se conoce con el nombre de "publicidad institucional". Puesto que el mismo producto puede ser comprado en cien lugares distintos, el calendario es un factor importante en la relación entre comerciante minorista y cliente. Cuando el calendario hace publicidad a un producto específico, se convierte en una invitación a que el cliente compre el producto al minorista que le ha obsequiado el calendario. Por eso en la mayoría de los calendarios se deja un espacio libre para el nombre del comerciante.

Como resultado de esta diferencia de aproche, la ilustración de calendarios prefiere los temas de interés humano general, las ideas que influyen sobre las emociones, provocando una respuesta sentimental. El calendario no incita a la acción, a la curiosidad, a la urgencia por comprar. Antes que esto, produce satisfacción, da tranquilidad y contento. No quiero decir que el calendario no pueda representar la acción. A veces la acción es muy eficaz, como en los calendarios que representan deportes, o en los temas que son acción por sí mismos. Pero debe recordarse que un calendario es un objeto en compañía del cual se vive mucho tiempo. La acción suspendida puede tornarse muy tediosa; uno debe esperar un año a que termine de realizarse un suceso trivial. Es como una película que se atasca en el proyector, con los consiguientes silbidos del público.

La asociación con la vida presente y pasada, el resucitar agradables recuerdos, el hacer que la ilustración traiga a la memoria del espectador alguna de las experiencias vividas por él mismo, son medios de dar atractivo a un calendario. Son muy apropiadas para los calendarios aquellas ilustraciones que suministran una vía de escape de la monótona rutina de la vida hacia un mundo de fantasía. Los psicólogos afirman que todos vivimos en dos pequeños mundos: el mundo de las cosas como son, y el de las cosas como quisiéramos que fueran. Este último es el mundo de los sueños, de las ambiciones, de la huída de la realidad. El alivio del tedio tiene éxito seguro. Pintad una ilustración en la que un hombre o una mujer pueda soñar, en la que pueda refugiarse y no os habréis equivocado.

Creo que éste es el factor que explica la tremenda popularidad de los antiguos calendarios de Maxfield Parrish. El pintaba castillos de ensueño, cielos azules con nubes suspendidas, niños y hermosas mujeres de otro mundo. Pero había algo más: sabía dar a todo eso aspecto de realidad. Nosotros podemos hacer que la fantasía parezca real. Podemos representar excursiones a arroyos montañeses, que la gente quisiera realizar, aunque no pueda hacerlo. Podemos representar exteriores magníficos y pintar aquellas actividades con las que la mayoría de nosotros soñamos. Podemos navegar en ondulantes veleros por aguas azules, representar la aventura, el amor, el romance, el patriotismo, glorificar el hogar y la vida sencilla. Podemos buscar las cosas que dan placer, alivio y descanso. Podemos dar juventud a lo viejo, a lo olvidado, vitalidad a lo débil, amplios mundos a lo estrecho. No es un milagro que los calendarios perduren de año en año como institución permanente.

LOS ATRACTIVOS BASICOS APLICADOS A LOS CALENDARIOS

En mi opinión, las oportunidades que ofrece la realización de calendarios apenas han sido aprovechadas. El calendario ofrece un canal para el arte verdaderamente bueno. Desgraciadamente, gran parte de lo que se ha hecho hasta ahora es chillón, vulgar y rebosante de sentimentalismo. La principal preocupación de los fabricantes de calendarios serán siempre los temas. La preocupación que sigue en importancia es hallar artistas capaces de realizarlos. Cuando el artista sea capaz de pensar mejor tendremos mejores calendarios. La época de la muchacha bonita e insustancial que sostiene un perrito o un gatito entre sus brazos, prácticamente ha pasado a la historia.

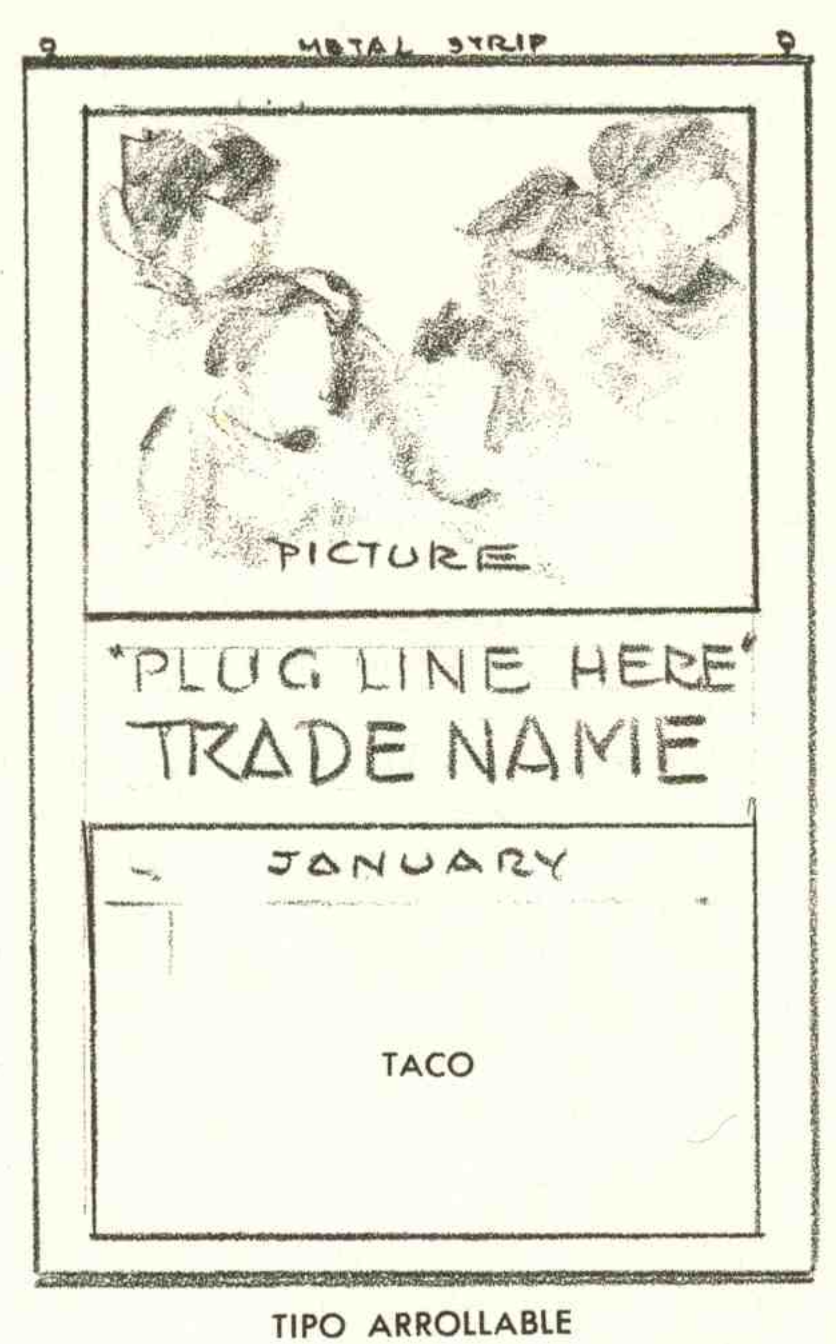
Contemplemos las grandes praderas abiertas ante nosotros. En este caso también, los atractivos básicos son eficaces: el hogar, la tierra, los niños, los animales, la serenidad, la seguridad, el patriotismo, la religión. Además de este aproche, tenemos todo lo que sea de interés general y popular: Boy Scouts y Girl Scouts, actividades de la comunidad, movimientos juveniles, el interés militar, la escuela, los deportes, la caridad, el recreo, empresas vocacionales, etc. Todos los ejemplos de valor, generosidad, benevolencia, previsión, fe, confianza, patriotismo, cortesía, buena vecindad —en suma, todas las mejores condiciones humanas— son buenos temas. Las ideas simples y hogareñas pueden adquirir tanta grandeza como otras en apariencia más imponentes.

He observado que muchas personas arrancan el taco del calendario, para usarlo, y tiran la ilustración. Al interrogarlas advertí que las razones que me daban eran interesantes y reveladoras. He aquí algunas de ellas. Un hombre me hizo notar que la ilustración era de un carácter tan sexual que se reflejaba sobre su negocio y sobre su carácter personal. Siendo él mismo un hombre respetado, no quería que nada dañase esa reputación. Otro me dijo: "Es tan chillón, que resulta imposible ver ninguna otra cosa en la habitación, y yo creo que los demás objetos de mi pertenencia reflejan buen gusto". Un tercero: "¿Por qué he de usar mi casa como letrero anunciador de un garaje? Si las letras no fueran tan grandes, lo habría conservado". Un cuarto: "Estoy harto de perros de caza". Y otro aún: "Jamás he visto un exterior parecido; hay algo equivocado en los colores". Sea cual fuere la razón, siempre que el cliente conserva el taco y tira la ilustración, tanto el artista como la casa que fabrica el almanaque y el anunciador han fracasado. Un hecho semejante demuestra que en alguno de los elementos de la ilustración hay falta de habilidad, de buen gusto o de comprensión. Ningún motivo nos autoriza a creer que al público le faltan discernimiento y buen gusto. Existen, en cambio, abundantes pruebas de que posee ambas cosas. Es cierto que el gusto del público tiende a lo sentimental, pero esto no dice nada en su contra. En una votación realizada durante la Exposición del Siglo del Progreso, celebrada en Chicago, el "Canto de la Alondra" de Breton —una muchacha campesina con una hoz, en la luz del crepúsculo—, la "Madre" de Whistler —esa anciana magnífica—, y otros temas similares, resultaron favorecidos por el público, lo que significa que esos temas seguirían siendo eficaces como ilustraciones de calendarios, y también que no es imprescindible que el sentimiento sea traído por los cabellos.

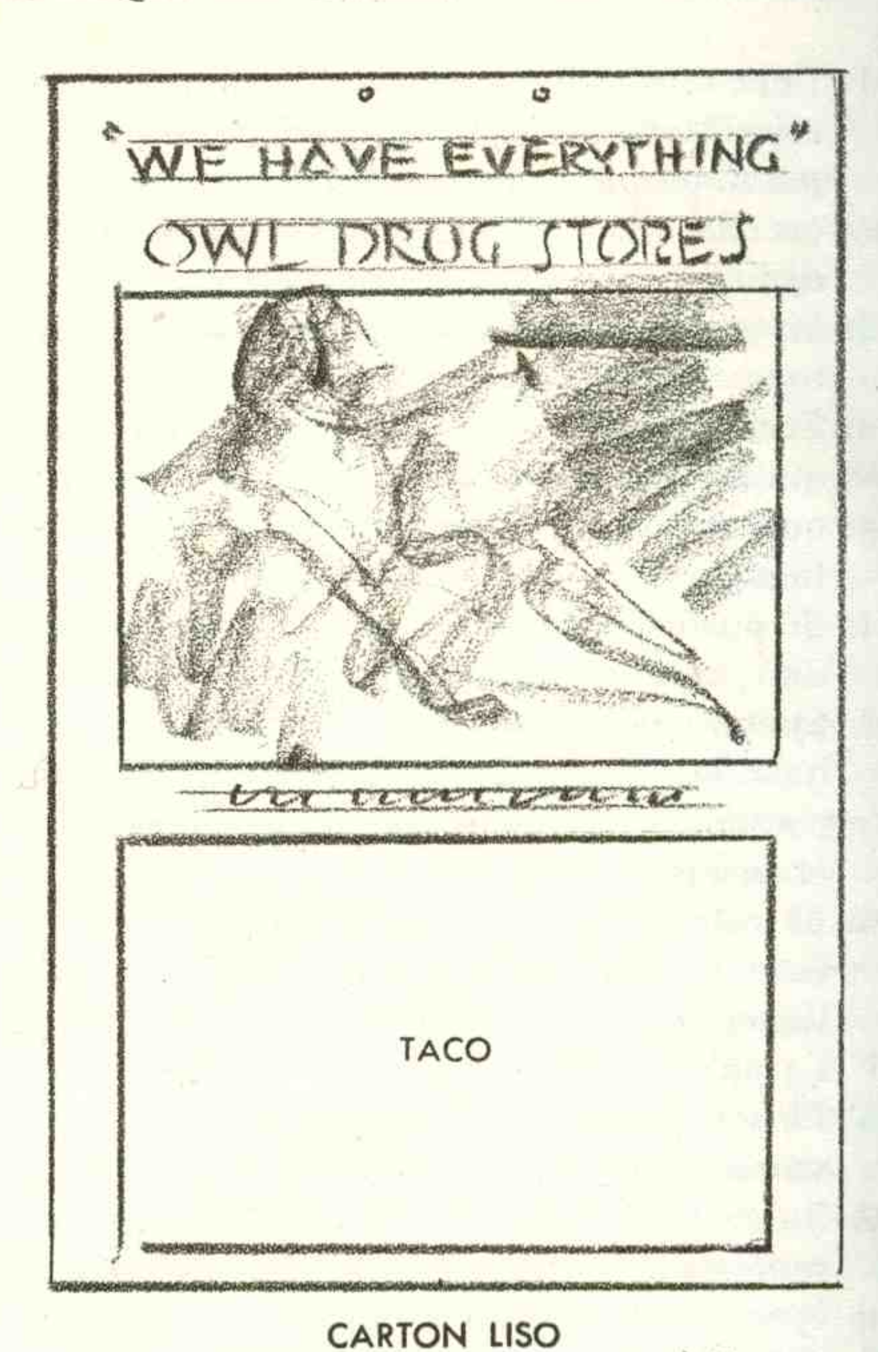
Resumiendo, el calendario debe tener buen colorido, pero también algo de dignidad, ser vivaz, pero no "saltar" de las paredes. Hay campo para el buen gusto en el tema, el sentimiento, el diseño, el color y la ejecución. No es fácil conseguir esto, pero es realmente lo que se necesita. Podéis estar seguros de que los temas e ideas para calendarios verdaderamente buenos encontrarán mercado. La mayor parte de los malos trabajos que uno ve han sido utilizados porque no ha habido suficientes trabajos buenos para satisfacer la demanda. Las fábricas de calendarios buscan continuamente y en todo sitio buen material, pero sólo una pequeña parte de lo que consiguen es bueno. Es un error creer que ilustraciones rechazadas para cualquier otro propósito servirán, en último término, para calendarios. Si bien es cierto que una ilustración adecuada para otro fin lo será para un calendario, la proposición recíproca dista de ser exacta. Los calendarios ofrecen la oportunidad de hacer un buen trabajo, que no siempre se presenta en otros campos, y de obtener una reproducción e impresión excelentes. Las buenas ilustraciones de calendarios no son en modo alguno baratas. Cada año se encomiendan a algunos de los artistas más cotizados los mejores calendarios, por los que cobran los más altos precios.

Las fábricas de calendarios suelen ofrecer a los buenos artistas contratos o convenios exclusivos. A mí, personalmente, nunca me han gustado los convenios exclusivos. Prefiero mantener las puertas abiertas.

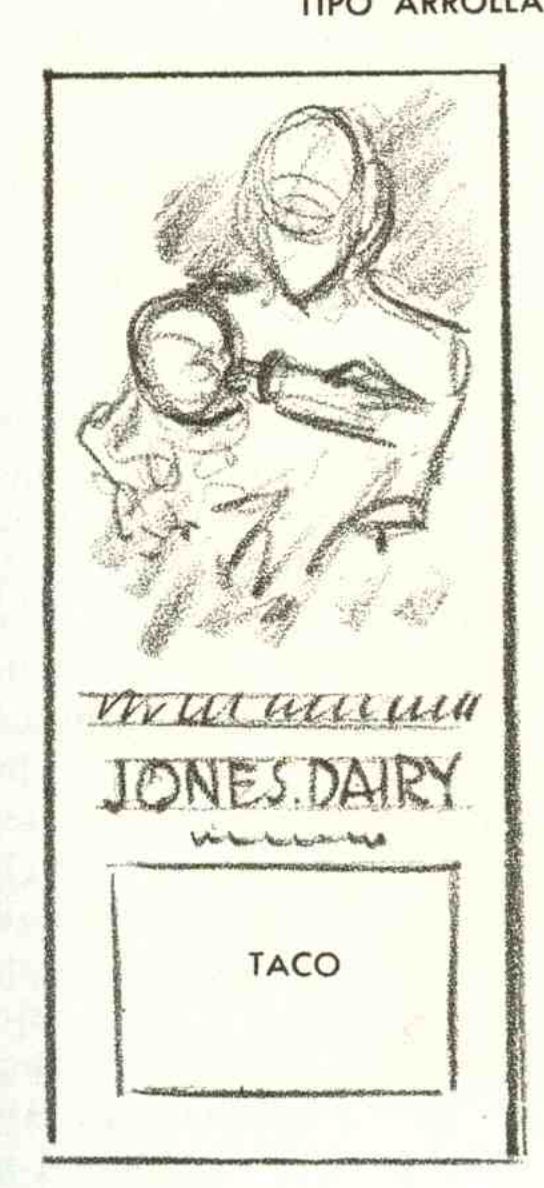
UN CALENDARIO PUEDE SER CUALQUIER COSA, SI ES BUENO

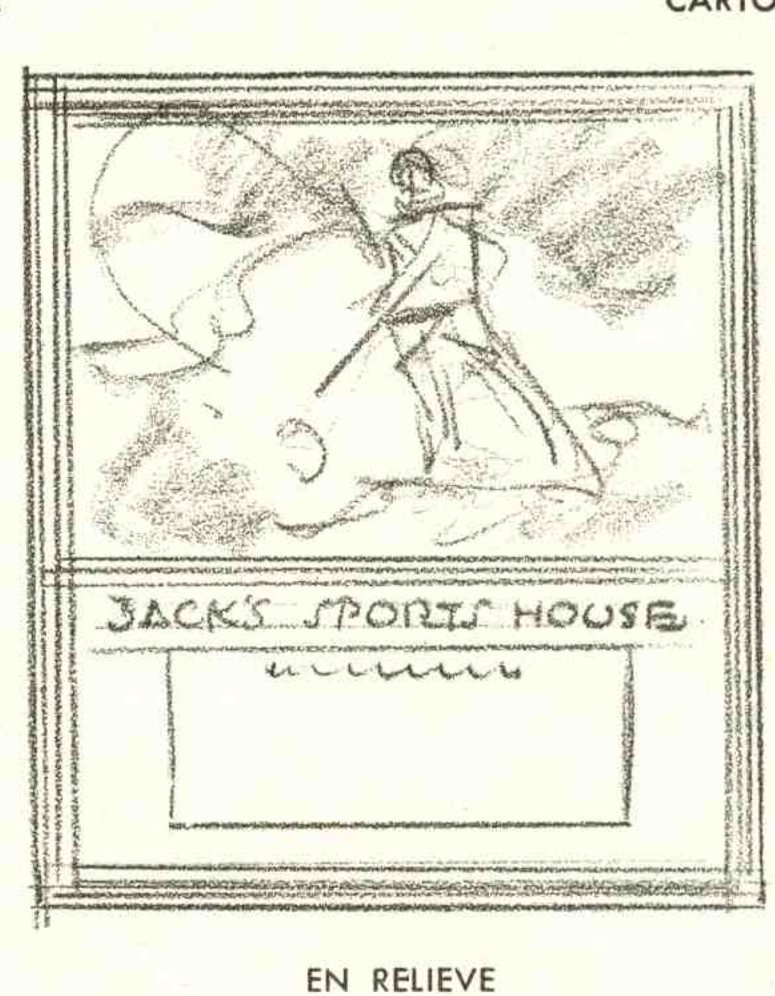


TIPO ARROLLABLE

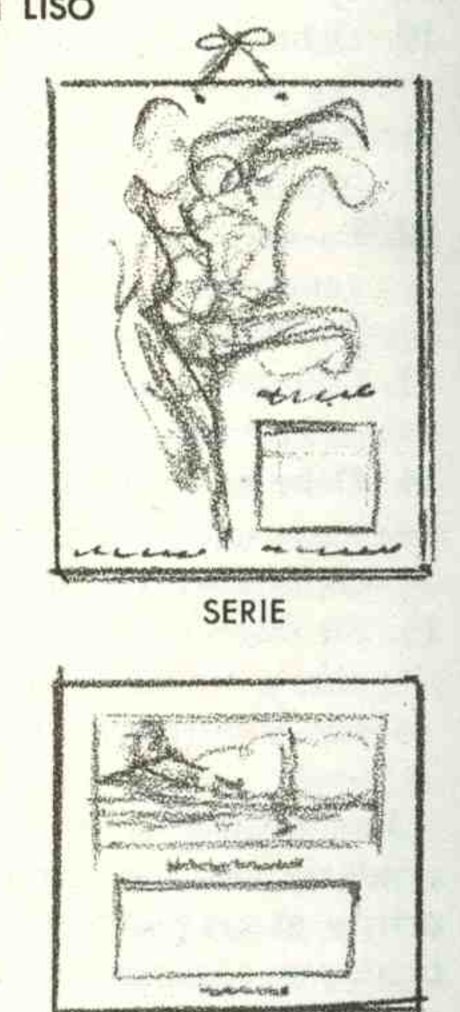


CARTON LISO





EN RELIEVE



SERIE

ESCRITORIO

PREOCUPAOS POR LA ILUSTRACION. ELLOS HACEN LO DEMAS.

1. Debe crear una reacción tal que uno desee mirarla, colgarla de la pared y conservarla por su propio mérito, amén de la conveniencia del taco o almanaque propiamente dicho.
2. Su tema y significado deben ser claros para todo el mundo.
3. Preferiblemente ha de ser confortante, tranquilizadora, reposada, teniendo en cuenta que ha de ser mirada durante mucho tiempo.
4. Si puede suministrar un "escape del tedio", mucho mejor.
5. Si contiene acción, que ésta sea vivaz, saludable, destinada a liberar la energía contenida, y no a producir desasosiego emocional.
6. El color deberá ser armonioso, si quiere estar a tono con la pared. Los colores chillones llegan a irritar.
7. La publicidad deberá ser indirecta.
8. El sentimiento debe ser genuino y convincente, no exagerado.
9. En lo posible, la ilustración no tiene que representar una sola de las estaciones, épocas o temporadas del año.
10. Debe representar las mejores características humanas.
11. No debe revelar crueldad, prejuicios raciales, malicia u otros rasgos negativos.
12. La moda y el estilo deben ser lo bastante generalizados como para conservar actualidad durante cierto tiempo.
13. Con título o sin él, debe poseer un significado completo.
14. Debe ser enteramente original, y no contener nada que pueda ser considerado como copia de otro trabajo o material registrado.
15. Su diseño debe ser tal que llame la atención a través de una habitación de dimensiones normales. Esto requiere simplicidad.

Las ilustraciones para calendarios pueden venderse con ese exclusivo fin, reteniendo el artista el original. O bien la venta puede ser total, y en este caso la ilustración se convierte en propiedad indisputada de la casa fabricante de calendarios. Algunas casas exigen que el artista renuncie a todo derecho ulterior sobre la ilustración. Una vez que un calendario ha sido vendido, no puede ser vendido nuevamente con ese mismo propósito.

Es inútil tratar de "falsificar" ilustraciones para calendarios. Os las rechazarán inevitablemente. Las fábricas de calendarios saben demasiado bien lo que es buen arte y buen oficio. No copiéis retratos de estrellas cinematográficas para venderlos como ilustraciones para calendarios. Para esto es necesario tener autorización especial de la persona retratada. No está permitido reproducir ningún material ya publicado. Tanto el tema como el material deben ser vuestros, de modo que podáis garantizar que la casa que expende los almanaques no será objeto de reclamaciones.

Cualquier material presentado debe ser bien envuelto y remitirse con franqueo de retorno pagado.

En la ejecución de ilustraciones para calendarios puede emplearse cualquier medium. El pastel es bueno. En mi opinión el óleo es preferible a la acuarela, aun cuando no veo motivos para que una acuarela no sea aceptada, siempre que sea buena.

La composición total, es decir, la ilustración que se extiende hasta las cuatro esquinas del almanaque, o que, por lo menos, tiene un fondo de color, parece ser preferida por las casas fabricantes. Pero esto no es más que una opinión, y yo creo que en realidad todo depende del tema y la ejecución, cualquiera sea el medium o el procedimiento adoptado. El ingenio y el humor juegan un papel sobresaliente en los calendarios, aunque yo no conozco ninguna casa que se especialice en comprar dibujos cómicos.

El calendario, como el cartelón o la muestra, puede muy bien atenerse a los cuatro planes tonales básicos. La ilustración debe ser vista a la mayor distancia posible, y para lograrlo no hay mejor método que ése. Suelen verse calendarios con temas delicados, pero yo creo que los que tienen buenos valores contrastados son los que cuentan con mayores probabilidades de venderse. El color relacionado siempre tendrá éxito, porque es buen color. Los fabricantes de calendarios exigen, sin duda, vitalidad y brillantez en los temas, y a veces exageran esta tendencia prefiriendo los colores bizarros y chillones. Una cosa es indudable: no les interesan las ilustraciones "sucias" o manchadas. Estas son inevitablemente rechazadas. Los temas de figura deben tener alguna historia o significado, y no ser simples retratos de personas. Aun una cabeza bien pintada será devuelta si no tiene atractivo sentimental para el público. Algunas casas fabricantes de almanaques tienen "comités asesores", que les indican todos los temas aceptables.

REPRODUCCION DE CALENDARIOS

La reproducción de calendarios es una cosa muy distinta a la reproducción de figuras para revistas. Estas últimas deben ser impresas a terrible velocidad y secarse muy rápido. La tinta no puede contener la cantidad de pigmento usada por el impresor de calendarios; en realidad debe ser diluída en gran proporción para que fluya fácilmente y se seque rápido. La impresión de calendarios se hace principalmente por litografía. En lugar de las tres planchas de color y el negro, pueden usarse seis o más colores. Esto equivale a usar un claro y un oscuro de los colores básicos, incluyendo un gris claro, un marrón claro y otros. De este modo es posible obtener mayor riqueza de colorido. El calendario es impreso sobre buena cartulina, mientras que la revista debe utilizar, a menudo, los papeles más baratos.

Esto tiene relación directa con el artista y su trabajo. En la ilustración de calendarios es posible obtener una delicadeza mucho mayor de colores y valores. Pueden obtenerse gradaciones y suavidad de bordes más sutiles. Las cualidades tonales del color, es decir, las variaciones del color hacia el cálido o el frío, no son para el impresor de calendarios el problema que constituyen para el impresor de revistas. Por lo general, aquél dispone de un tiempo mucho mayor para dedicarlo a sus planchas de color, ya que no se ve apremiado por la aparición semanal o mensual de su trabajo, como ocurre con las revistas.

En la ilustración de calendarios puede usarse una paleta completa, es decir, dos amarillos, dos rojos y dos azules, uno cálido y uno frío de cada uno. En realidad, no existen límites para el artista en lo que concierne al color; puede hacer prácticamente lo que quiere, salvo emplear "color quebrado" con demasiado contraste. El "color quebrado" consiste en pequeñas manchas de color, colocadas unas junto a otras y formando contraste, como hicieron los impresionistas franceses. Este es el problema de todo impresor, por la dificultad de la reproducción. La dificultad consiste en reproducir fielmente los valores del original.

El artista rara vez planea el calendario en su totalidad, incluyendo taco, bordes, marco, etcétera. La ilustración puede ser adaptada de muy diversas maneras, o recortada para ajustar a un tamaño dado. Por esta razón los fabricantes prefieren ilustraciones con amplio espacio marginal en torno al tema central.

El principio del glaseado en pintura no es muy bueno para la reproducción litográfica. Me refiero al glaseado constituído por distintas capas transparentes de color colocadas unas sobre otras. Este efecto es casi imposible de obtener en la reproducción, puesto que para que las planchas sean buenas el color tiene que ser definido. Muchos de los cuadros de los Viejos Maestros son muy difíciles de reproducir porque las numerosas capas de barniz les dan un tinte amarillento que debe ser compensado por el grabador.

Dad a vuestro grabador un plan de color sencillo y limpio, empezando con unos pocos colores, y obtendréis una buena reproducción. Podéis aplicar la pintura en capas finas o gruesas. Algunos grabadores hasta llegan a dar relieve al papel, para producir el efecto de una capa gruesa de pintura, haciendo difícil distinguir el original y la reproducción de una pintura al óleo.

La gran oportunidad que yo veo en materia de calendarios es abordar los muchos aspectos de la vida americana y desarrollarlos. Hay numerosos temas que no han sido tocados. Con algunos temas es posible desarrollar series que ofrezcan nuevas oportunidades año a año. Yo tengo dos de estas series que he venido prolongando durante varios años y cada vez se hacen más interesantes. Los temas educacionales encuentran un buen mercado en las escuelas, bancos y muchas otras instituciones.

Los llamados temas populares podrían muy bien ceder su sitio à otros temas de más envergadura y significado más profundo. Hay temas a elegir, pero son los artistas quienes deben presentar sus nuevos puntos de vista a las casas fabricantes y no esperar que los fabricantes vayan a ellos.

Averiguad entre la gente cuáles son las cosas que le interesan. De este modo podréis descubrir nuevas ideas y aproches. ¿Qué prefiere hacer la gente con su tiempo libre? ¿Cuáles son sus "hobbies"? ¿Con qué sueñan? Ahondando en su psicología descubriréis las respuestas.

Las ideas para calendarios pueden ser sometidas en esbozo, siempre que la casa fabricante esté familiarizada con vuestros trabajos terminados. En caso contrario, deberéis remitir junto con vuestros esbozos muestras de trabajos terminados. A veces una idea puede ser aceptable como idea solamente, y en ese caso os la pueden comprar para que otro artista la realice.

TAPAS Y SOBRECUBIERTAS

En mi opinión la ilustración de tapas de revistas es el campo publicitario que ofrece más amplias posibilidades de mejoramiento. Durante muchos años la fotografía ha usurpado prácticamente esta esfera de la publicidad, y a consecuencia de ello hemos sido abrumados con tapas de concepción ordinaria y ejecución monótona. En todo este período ha habido unas pocas revistas fieles a la creencia de que la ilustración artística es mejor que la fotografía. Otras han quedado bien con Dios y con el diablo, y otras, por último, se han aferrado a la idea de que, en general, la fotografía es más eficaz que la pintura como medio de publicidad. Esto último no es sorprendente, si se tiene en cuenta el progreso que representa la fotografía en colores, y la creencia errónea de que el detalle fotográfico es superior al arte. Lo malo del caso es que resulta difícil distinguir una fotografía de otra, debido a la escasa personalidad e individualidad que exhiben. Una tapa podría cambiarse de una revista a otra, alterando solamente el nombre, sin que se notara ninguna diferencia.

La verdad es que todo idealismo ha sido sacrificado a los hechos. En vez de la muchacha ideal, tenemos una que parece pertenecer a otro, que tiene una dirección definida y trabaja para una agencia de modelos determinada. Puede aparecer en una revista este mes y en otra el mes próximo. Las caras se tornan tan conocidas como las de las estrellas cinematográficas. La muchacha deja de ser vuestro sueño o el mío, y se torna tan inalcanzable como cualquier famosa estrella cinematográfica. La famosa "Gibson girl" del pasado era una concepción, no un hecho. Pertenecía a todos. La "Christy girl", la "Flagg girl", la "Harrison Fisher girl" fueron, cada una en su tiempo, la muchacha soñada ideal, y el público las adoraba. Nosotros no podemos adorar a las muchachas que aparecen en las tapas de las revistas en la actualidad, porque son demasiadas y porque evidentemente han sido seleccionadas, por sus cualidades fotogénicas, de entre muchachas de la vida real, y no han brotado de la imaginación de un artista.

A causa de este diluvio de fotogenia las tapas de revistas son aceptadas pasivamente, aunque algunas revistas realizan heroicos esfuerzos para apartarse totalmente de la "muchacha bonita". La mayoría de ellas, sin saber qué hacer, se atienen a la fotografía, confiando en el efecto atractivo de sombreros y otras naderías que hacen lucir a las modelos. A muy pocas revistas se les ocurre que sea necesario un tema para una tapa. Por "tema" entiendo una idea atrayente y que diga algo. Todos debemos estar agradecidos a Norman Rockwell por mantener la línea en ese sentido, y todo indica que las tapas para revistas que él realiza son las preferidas por el público. Se admite que todas las revistas no estén interesadas en que sus tapas "cuenten algo", pero también es cierto que las ropas y el "charm" moderno podrían ser presentados mejor mediante la ilustración artística que mediante la fotografía. Lo que necesitamos por sobre todas las cosas son artistas capaces de expresar algo. Creo firmemente que cuando tengamos mejores artistas las revistas se apresurarán a aprovechar su capacidad. Creo también que la razón por la cual se emplea la fotografía en una escala tan grande es la relativa carestía de la ilustración artística. Cuando todos nosotros, como colectividad, superemos a la cámara, no tendremos que preocuparnos por falta de trabajo. Pero si hacemos de la fotografía nuestra meta y nuestro límite, irremediablemente tendremos que irle a la zaga. Lo mejor que podría ocurrirles a los artistas y al arte en general sería que todas las cámaras fotográficas fueran retiradas de la circulación durante algunos años y que nos viésemos obligados a crear con nuestros ojos, nuestras manos y nuestro cerebro. Nunca llegaremos al arte por medio de la fotografía.

Tal como están las cosas en la actualidad, nuestras posibilidades son limitadas. Las probabilidades de vender una tapa son en realidad muy escasas. Las razones de que así ocurra son las siguientes:

1. Pocas revistas pueden depender de colaboraciones no solicitadas.
2. Los artistas empleados trabajan por lo general en estrecha relación con la revista, algunos de ellos con contrato.
3. La falta de seguridad, la utilización de fotografías y el empleo continuado de unos po-

cos artistas hacen que el artista medio se sienta desanimado.
4. El deseo de que la tapa esté de acuerdo con el contenido de la revista.
5. El relativo desinterés de las revistas por la producción de buen arte.

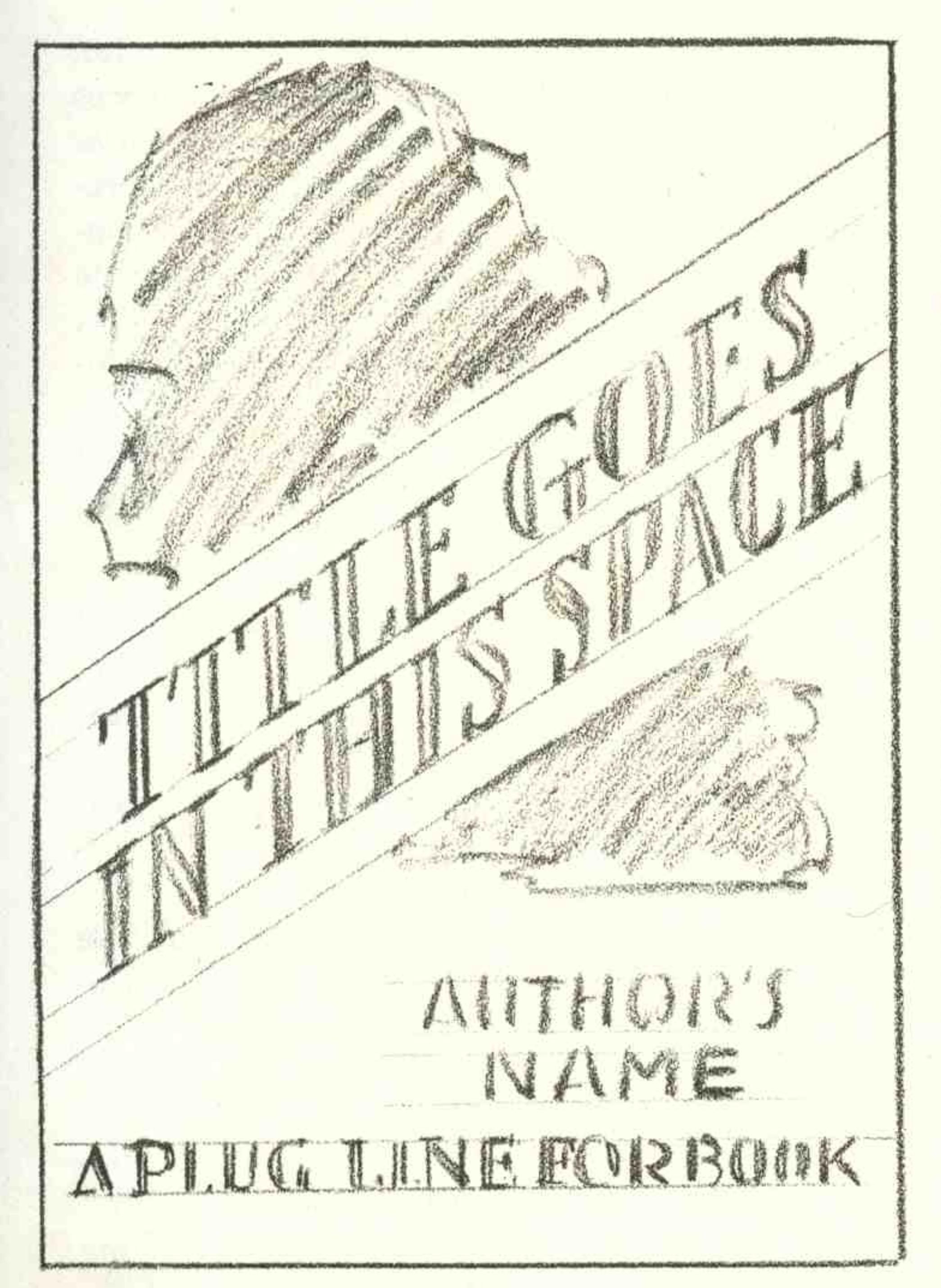
Lo más que podéis hacer para vender una tapa es enviar una idea bocetada o bien arriesgaros a mandar una ilustración terminada. Probablemente os la devolverán. Pero yo estoy totalmente convencido de que a medida que pase el tiempo la proporción de ilustración artística empleada en las tapas de revistas irá en continuo aumento, y que algún día la fotografía será considerada como la más inferior de las artes. En la actualidad sería un poco temerario especializarse solamente en portadas para revistas. Si sois buenos artistas en otros campos, nada os impide, una vez concebida una buena idea, realizarla y arriesgaros. Pero si recién os iniciáis, no podéis depender de los ingresos obtenidos por la ilustración de tapas de revistas, que seguramente serán muy pequeños. En cambio, puede resultaros ventajoso un convenio con las revistas de menor circulación.

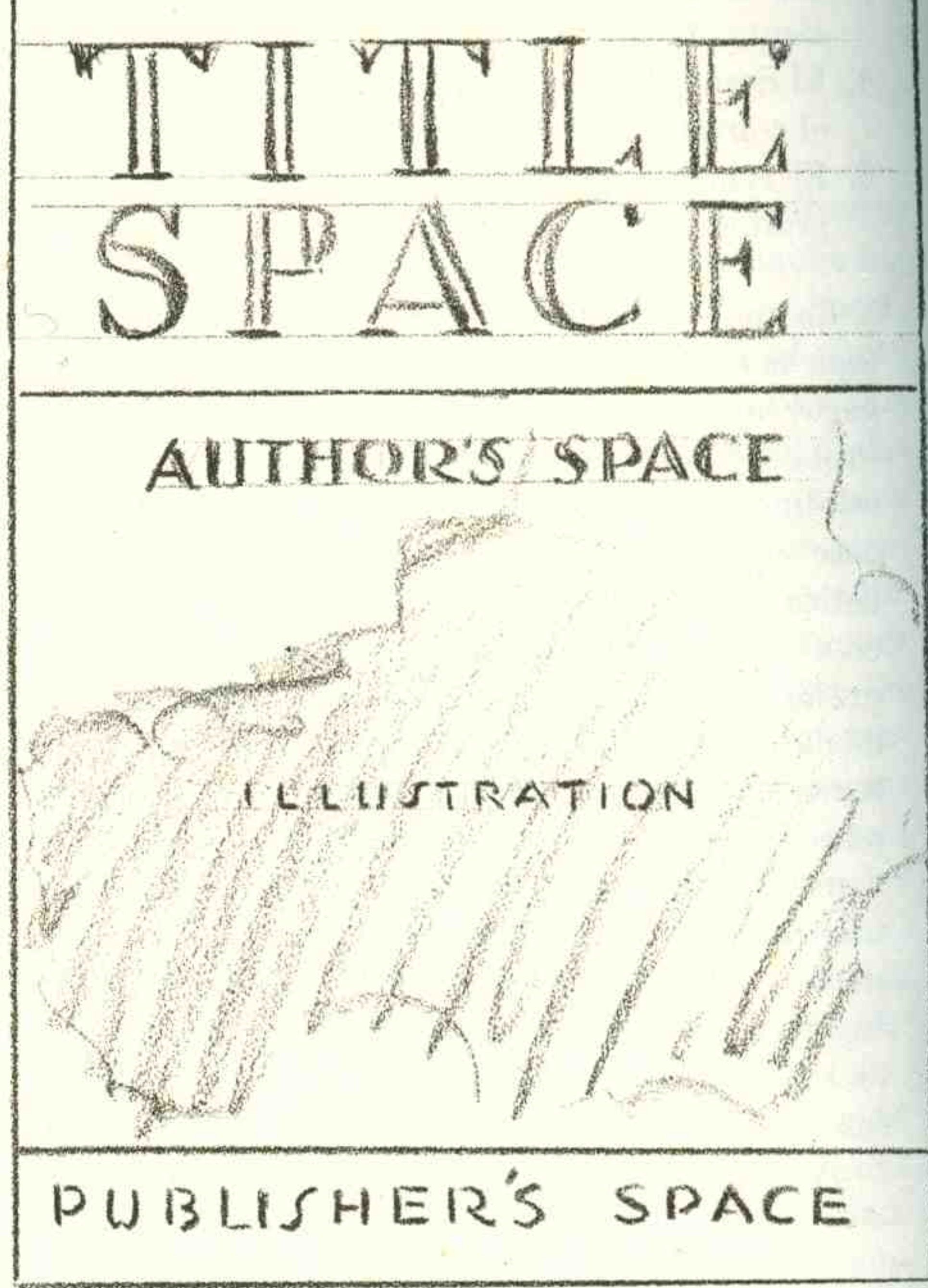
SOBRECUBIERTAS PARA LIBROS

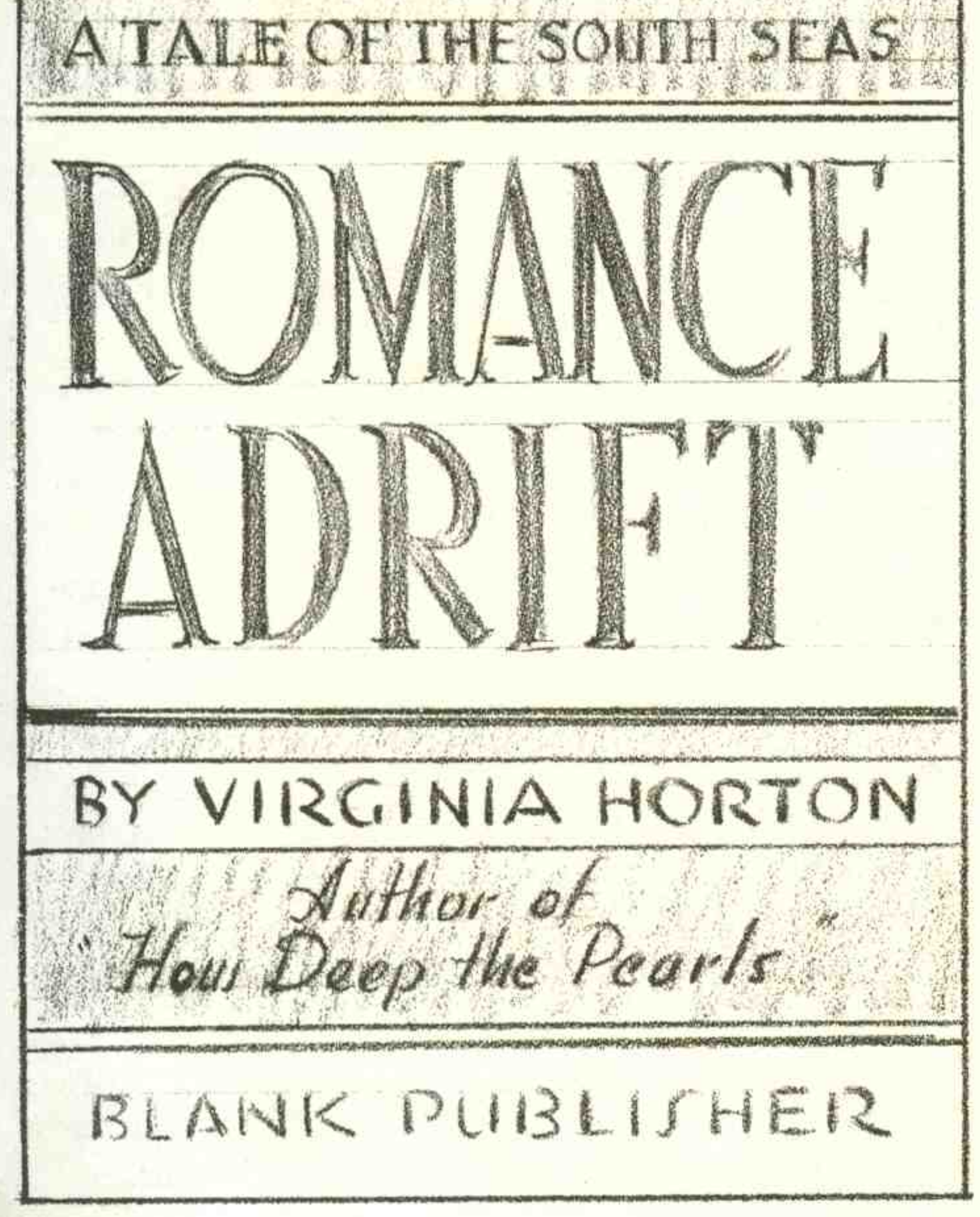
Este es un campo abierto a toda iniciativa. La sobrecubierta de un libro es un desafío al ingenio y destreza del artista, y su realización, por consiguiente, es interesante y excitante. No es fácil hacer una sobrecubierta simple y eficaz. Los editores prefieren los títulos más bien cortos. No siempre los consiguen. El título y el espacio para el título son de primordial importancia, más importantes que el espacio para la ilustración (si es que queda espacio para la ilustración). Pero la ilustración ocupa también su lugar en la sobrecubierta, y puede contribuir en mucho a despertar el interés y la atención, y, en último término, a vender el libro. Como en general las sobrecubiertas deben ser impresas a poco costo, los colores simples y el diseño en forma de "affiche" son los más convenientes. Si puede hacerse una sobrecubierta en dos o tres impresiones, mejor, ya que un pequeño ahorro por ejemplar puede representar sumas importantes cuando el tiraje del libro es de varios miles de ejemplares.

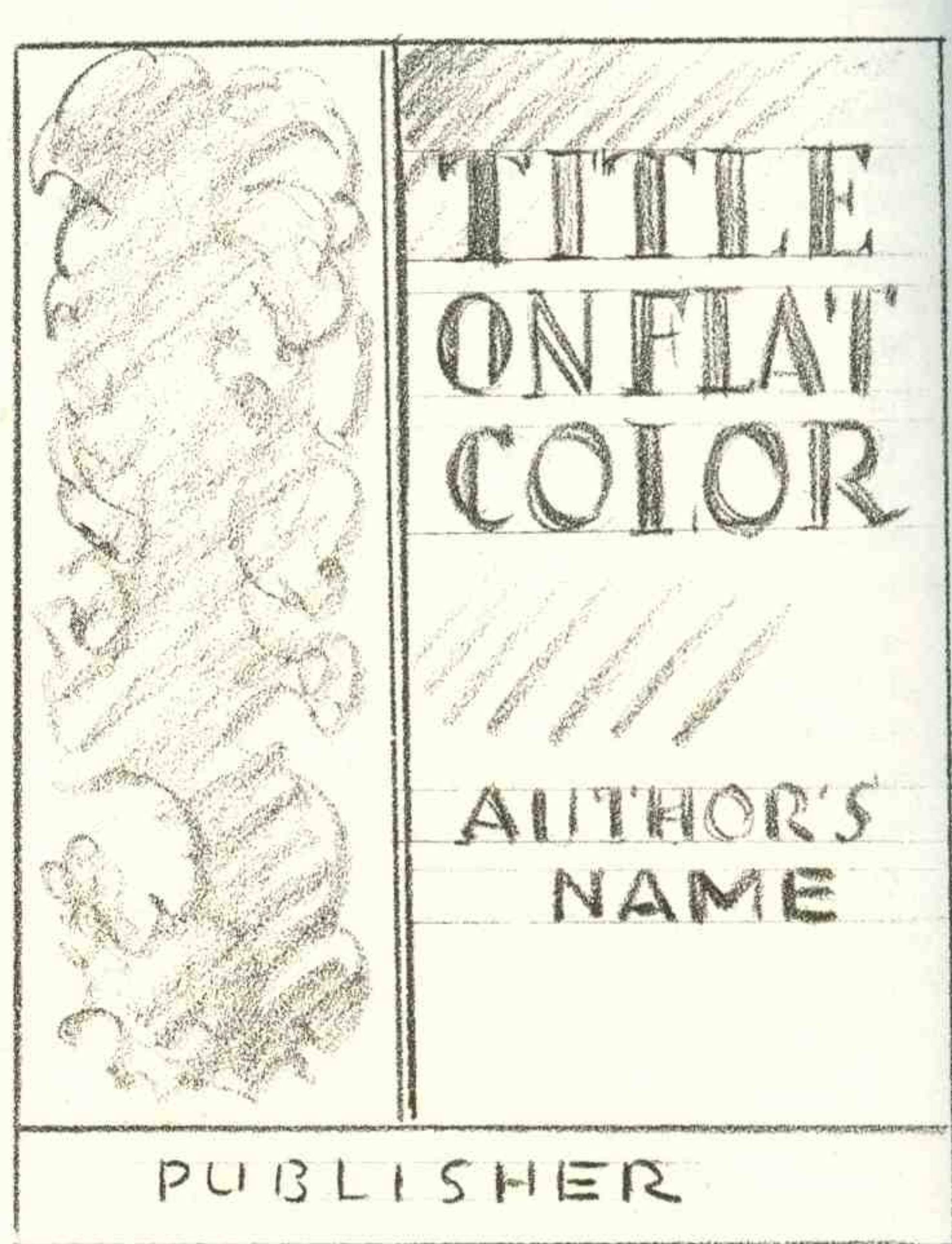
La función de la sobrecubierta del libro es muy semejante a la función de la muestra. En realidad, la sobrecubierta exhibe el producto en el mismo lugar en que se vende. También en este caso la simplicidad es la clave del éxito. La vitalidad, el tratamiento directo, con pocos valores y colores constituyen el aproche más sólido. Una clara idea de la función de la sobrecubierta os ayudará inmensamente en la concepción del diseño. Es dudoso que la mejor de las sobrecubiertas pueda vender un mal libro, así como es probable que un buen libro se venda, a pesar de la sobrecubierta. El problema es semejante al de acomodar un buen producto en un buen envase. He aquí los elementos esenciales y las funciones de la sobrecubierta:

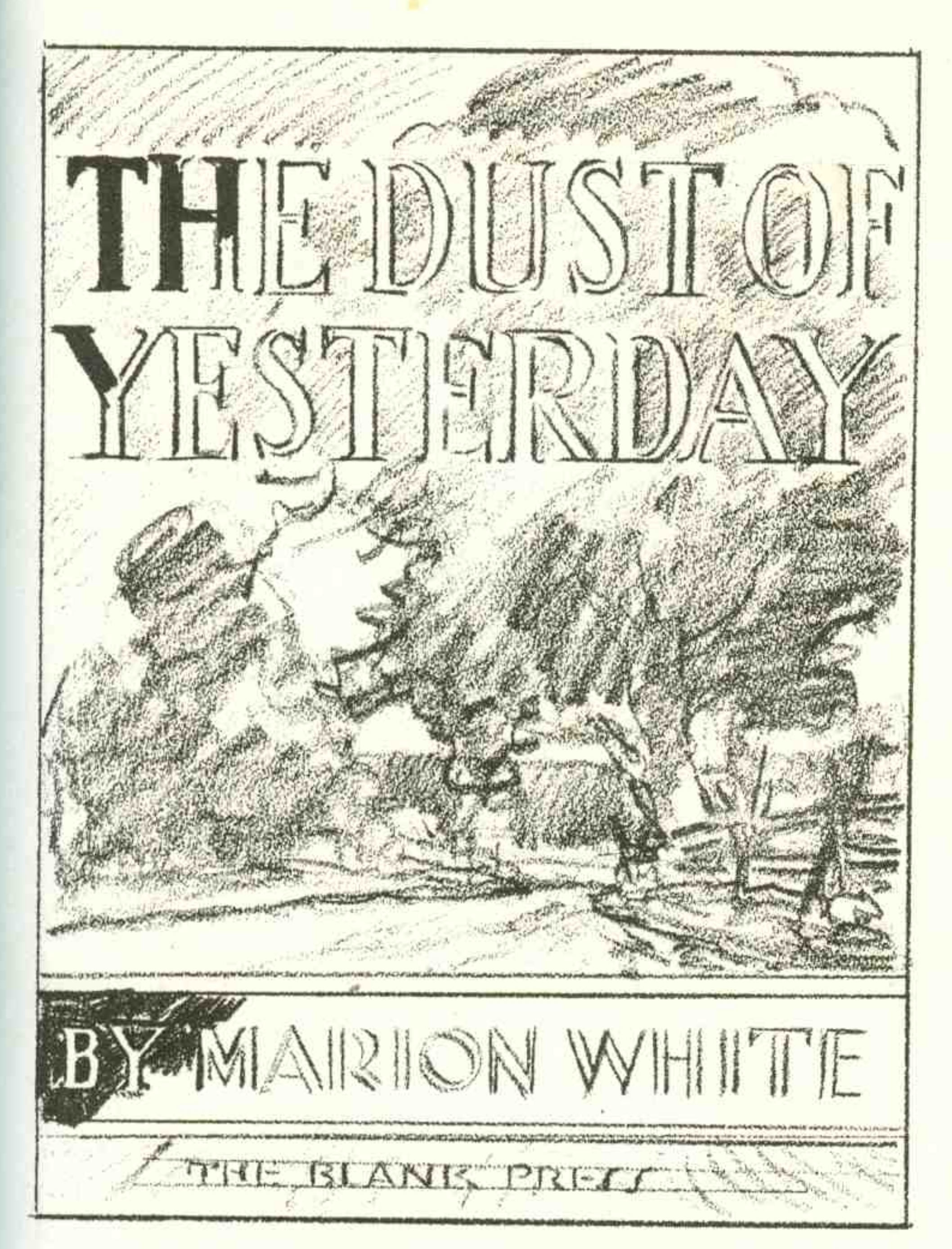
1. Debe llamar la atención en seguida; el título es lo más importante y debe ser legible.
2. Deben evitarse, en lo posible, las planchas de color costosas.
3. El tratamiento simple, en forma de affiche, es el más conveniente.
4. Debe ser vista a cierta distancia.
   a. Puesto que el amarillo es el color que se percibe a mayor distancia, es bueno para sobrecubiertas.
   b. El rojo también es bueno, especialmente con blanco y negro.
   c. Casi todas las sobrecubiertas necesitan por lo menos un color primario.
5. La sobrecubierta debe ser tan excitante como sea posible.
   a. Debe despertar la curiosidad.
   b. Debe estimular el interés.
   c. Debe prometer entretenimiento o información.
6. Todo posible contraste de colores y valores debe ser empleado para llamar la atención.
7. A veces puede ahorrarse una impresión utilizando una cartulina coloreada.
8. Las sobrecubiertas ofrecen una buena oportunidad para el empleo de los recursos para llamar la atención de que hablamos en la Primera Parte.
9. Las figuras pequeñas no son eficaces. Las medias figuras y cabezas de gran tamaño son buenas.
10. La acción expresada es buena. Cualquier cosa para llamar la atención.
11. Haced un boceto de vuestra idea. Envolvedlo en torno a un libro y colocadlo entre otros libros, seleccionados entre los que tienen las mejores sobrecubiertas. Esta es la mejor manera de comparar y juzgar.
12. Enviad muestras a los editores. Si interesan os llamarán. Si lográis trabajar para varias editoras obtendréis buenas ganancias.


TITLE GOES
IN THIS SPACE
AUTHOR'S
NAME
A PLUG LINE FOR BOOK

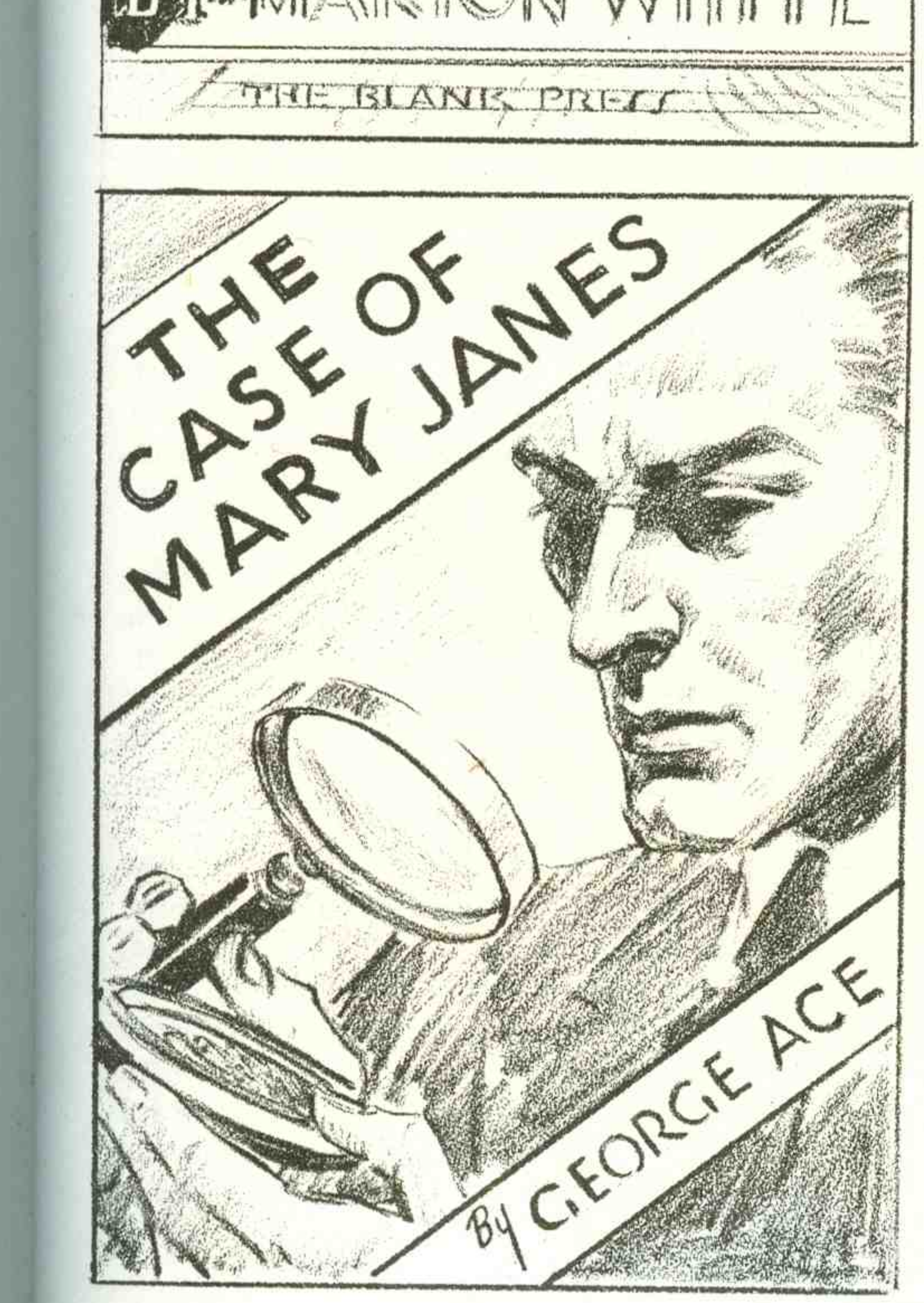

TITLE
SPACE
AUTHOR'S SPACE
ILLUSTRATION
PUBLISHER'S SPACE

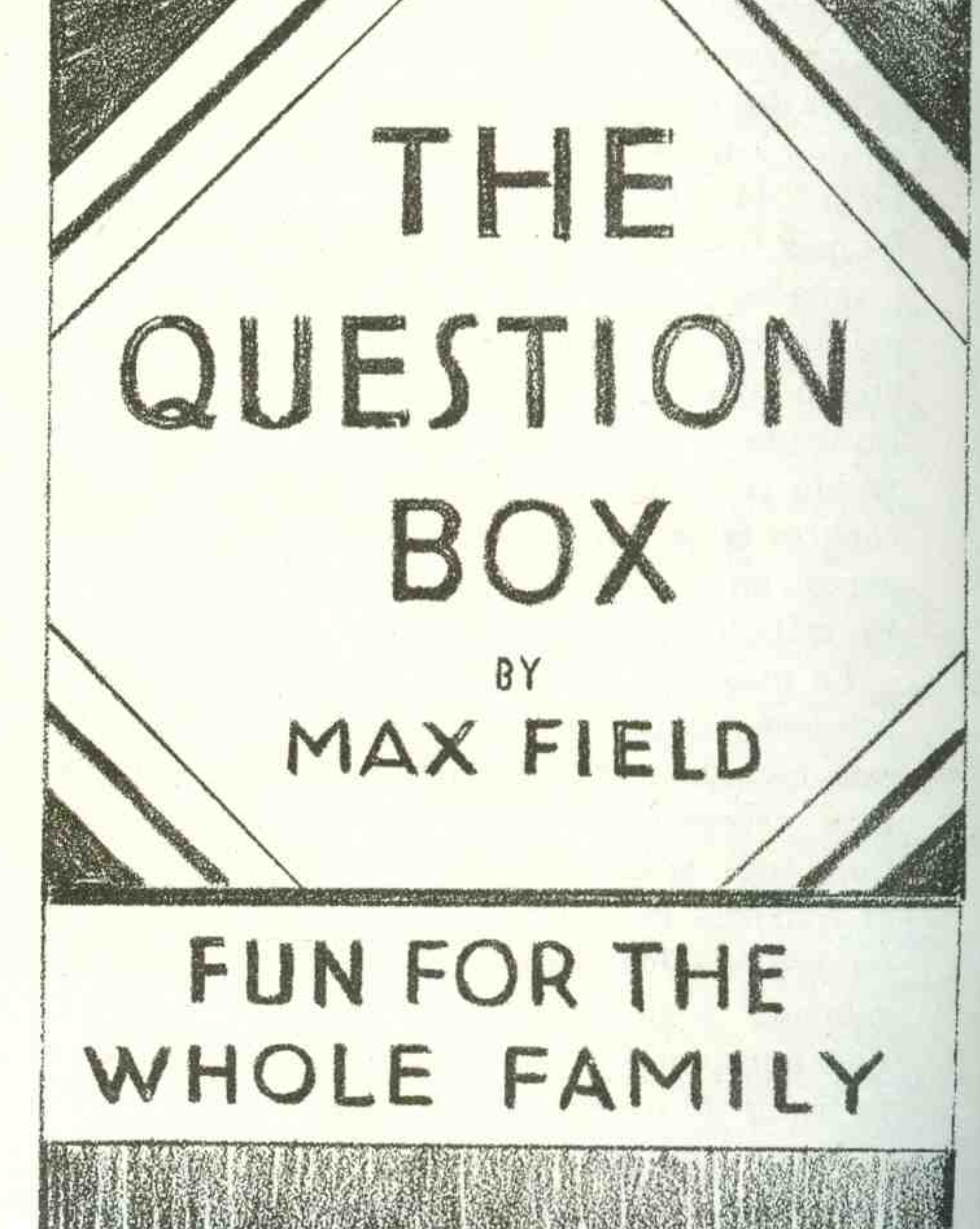

A TALE OF THE SOUTH SEAS
ROMANCE
ADRIFT
BY VIRGINIA HORTON
Author of
"How Deep the Pearls"
BLANK PUBLISHER


TITLE
ON FLAT
COLOR
AUTHOR'S
NAME
PUBLISHER


THE DUST OF
YESTERDAY
BY MARION WHITE
THE BLANK PRESS


MARCIA
By HELENA ROBERTS


THE
CASE OF
MARY JANES
By GEORGE ACE


THE
QUESTION
BOX
BY
MAX FIELD
FUN FOR THE
WHOLE FAMILY

ILUSTRACIONES DE CUENTOS

Los ilustradores que colaboran con las revistas más importantes, forman un grupo más bien pequeño. Creo justo advertir al lector que si quiere incorporarse a ese grupo debe adquirir considerable habilidad. No quiero decir que la ilustración de cuentos o novelas sea el peldaño más alto de la escala, pero debe admitirse que está próximo a serlo. Por otra parte, no es el mejor remunerado de los diversos campos de la ilustración. Como hay pocas revistas que circulan en todo el país, y cada una sólo puede emplear pocos artistas, el número de éstos es lógicamente pequeño. Hay tan pocas probabilidades de llegar a ser un ilustrador de cuentos y novelas bien conocido como de llegar a ser un escritor o un actor célebre. Pero la oportunidad existe siempre, y siempre hay alguien capaz de aprovecharla. Constantemente aparecen nuevos nombres, y los viejos desaparecen. Las revistas están siempre a la búsqueda de nuevos valores, y si poseéis las cualidades necesarias os emplearán.

La mayoría de los ilustradores han debido recorrer un camino largo y duro. Casi todos han demostrado habilidad en otros campos antes de obtener su primer cuento. Muchos proceden del campo de la ilustración publicitaria, ya que ambos campos están estrechamente relacionados. Otros trabajan en ambos campos. Es más frecuente que un ilustrador de cuentos y novelas proceda de otros campos menos importantes y no que descienda de la esfera del "buen arte" para ilustrar revistas. Pero hay ilustradores que están logrando un puesto merecido en el campo del buen arte, y que son capaces de pintar cuadros dignos de las buenas exposiciones. No hay reglas, salvo una: vuestro trabajo debe llenar sus fines específicos.

Lo más probable es que no podáis llegar de primera intención a las grandes revistas. Pero aun cuando nunca lleguéis a ellas, eso no indica necesariamente que os falte capacidad. Cada uno de los campos de la ilustración exige el máximo de condiciones, y si no descolláis en uno de ellos, podéis sobresalir en otro. Pocos sabemos desde un principio cuál es el campo más apropiado a nuestro talento. Lo principal es tratar de mejorar continuamente.

Es natural que os preguntéis por qué las revistas no pagan tanto como los anunciadores. Para las revistas la ilustración es uno de los renglones del costo de la producción; para el anunciador constituye una inversión. La verdadera entrada de las revistas son los anuncios. En su sentido más amplio, la revista es un medio de publicidad. El material de lectura no es más que un recurso para obtener la mayor circulación posible, valorando así el espacio destinado a la publicidad. Si la revista fracasa como material de lectura y entretenimiento, fracasa también como medio de publicidad.

El anunciador trata de fomentar la venta de un producto, y cuanto mejor sea la ilustración artística que pueda comprar, tanto mejor para él. Habiendo más anunciadores que revistas, el anunciador debe competir con los demás en la búsqueda de artistas capaces, lo que naturalmente eleva la remuneración del trabajo. De manera que mientras los artistas compiten entre sí por el material no publicitario de la revista, los anunciadores, a la inversa, compiten entre ellos por el artista. Cuando las revistas también deban competir por el artista, la remuneración de éste será mejor. Es la vieja ley de oferta y demanda.

Ahora bien, cabe preguntar por qué el artista, que cobra menos por la ilustración del material literario de la revista que por la ilustración publicitaria, suele preferir aquélla. Hay dos motivos principales. En primer término, el ilustrador debe ser lo bastante listo como para no arriesgar todo a una sola carta. La ilustración de cuentos, novelas, etc., confiere un prestigio utilizable en otros campos de la ilustración. Además, hay una cuestión de orgullo en realizar un trabajo de mayor responsabilidad. El buen artista no debe medir su habilidad o su interés en dólares. Cualquiera sea el pago de su trabajo, éste será siempre de primera calidad.

La ilustración de revistas es un desafío que acepta gustoso el artista que no teme el trabajo. Gran parte de éste queda librado a su criterio, y él acepta la responsabilidad con cierto orgullo. Tal vez cree, al ver que su nombre aparece en la ilustración (aunque en caracteres lastimosamente pequeños), que el público reparará un poco más en sus esfuerzos por satisfacerlo. Quizá percibe en ello un ligero contacto con la celebridad.

¿QUE QUIEREN LAS REVISTAS?

La ilustración de revistas, indudablemente, exige más tiempo, aun cuando el pago sea menor. A diferencia de lo que ocurre con la ilustración publicitaria, vosotros mismos debéis planear, pensar y realizar el trabajo. La revista no os dará más que el manuscrito que debéis ilustrar o, en algunos casos, un boceto algo fantástico, o bien un plan en el que apenas si aparece algo más que el espacio asignado. Aun en el mejor de los casos, no podéis contar con la ayuda que, en materia de concepción, os prestan corrientemente las agencias de publicidad. Muchas revistas os pedirán un plan o un boceto, lo que demuestra la importancia de poder crear por vosotros mismos; y os pedirán, no una situación, sino varias, para poder elegir. Algunas os permitirán elegir las situaciones que debéis ilustrar, otras os indicarán que ilustréis una situación dada. Pero, por lo general, quieren tener una idea anticipada de lo que pensáis hacer. Todo esto lleva tiempo y trabajo, y gran parte de los resultados está de antemano destinada al cesto.

Pero, puesto que lo dejan casi todo librado a vuestro criterio, vale la pena que os apliquéis. Sois vosotros quienes hacéis la composición, elegís los personajes y narráis la historia. Vosotros buscáis vuestros datos y materiales, los reunís y sacáis el mayor partido posible de ellos. Si una vez ejecutado el trabajo, resulta bueno, vosotros lleváis el crédito.

Es interesante observar que muchos directores artísticos de revistas han hecho su aprendizaje en otros campos. Las diversas revistas en competencia prestan cada día más atención al planeamiento y aspecto de conjunto de la revista. Uno de los grandes fines que persiguen es la variedad, o el "cambio de paso" —cuya existencia o inexistencia uno puede apreciar al hojear la revista—, para aliviar la monotonía y hacer que todo el material parezca nuevo y atrayente. El planeamiento general de cada número se realiza en la redacción de la revista, y vosotros no lo conocéis hasta que la revista aparece publicada. Vuestra ilustración puede aparecer cortada o cambiada según lo crea conveniente el director artístico; puede ser ampliada, usándose sólo el centro de interés del cuadro; o si era en colores, puede aparecer en blanco y negro. En realidad, no podéis predecir lo que ocurrirá. A veces quedaréis encantados. Otras veces, disgustados en extremo. Pero, en última instancia, os acostumbraréis, o bien estallaréis y buscaréis otra ocupación.

Para deciros qué es lo que quieren las revistas, tendría que estar dotado de facultades telepáticas. No obstante, hay reglas que se aplican en la mayoría de los casos y que pueden resumirse así:

1. Una hermosa heroína y un héroe viril.
2. Buena caracterización.
3. Fuerte interés dramático.
4. Composición excitante y original ("impacto").
5. Hincapié en la moda, buen gusto en los accesorios.
6. Técnica interesante, pero totalmente comprensible.
7. Variedad de mediums, individualidad de estilo.
8. Ilustraciones que despierten interés por el cuento o la novela.
9. Originalidad en la concepción.
10. Colorido llamativo, pero de buen gusto.

Examinemos y discutamos separadamente cada uno de estos puntos.

LA HERMOSA MUCHACHA DE LAS REVISTAS

Es preciso no equivocarse: la importancia de esta muchacha es capital. Esto implica un cuidadoso estudio de la construcción de la cabeza, de los planos y valores de la cabeza bajo distintas iluminaciones. Es necesario situar correctamente los rasgos faciales, además de dibujarlos agradablemente. El tratamiento del cabello es muy importante, tanto en lo que concierne al peinado, como desde el punto de vista técnico. No debe considerarse a la cabellera como un conjunto de varios miles de cabellos, sino como un conjunto de formas que aquélla asume naturalmente, y que deben ser tratadas prestando tanta atención a los planos y valores, como debe prestarse a las formas de la cara.

Difícilmente encontraréis la modelo perfecta para la heroína. La idealización corre por cuenta vuestra. Deberéis dibujar cabezas en primer plano, y también medias figuras y figuras enteras. Tendréis que estudiar las revistas de modas para que vuestra heroína aparezca adecuadamente ataviada en cualquier ocasión. Ella debe ser algo más que hermosa: distinguida y sorprendente. En consecuencia, deberéis experimentar con la expresión y el gesto. Probablemente, y por más que tratéis de lograr que vuestras heroínas sean individuales y diferentes entre sí, llegaréis a crear un tipo propio. Si habéis pasado por la escuela de publicidad, ha-

bréis estado dibujando muchachas hermosas desde un principio. Cuando obtengáis éxito con vuestra "muchacha hermosa", habréis dado un gran paso hacia el éxito en la ilustración de cuentos, novelas, etc., para revistas.

EL HÉROE

En primer término, no debe nunca ser afeminado. Esto significa nuevamente estudio de la cabeza, y especialmente de la anatomía de la cabeza masculina. Los tipos corrientes, delgados, pero musculosos, son los mejores. Las mandíbulas cuadradas y bien definidas, los labios llenos, cejas espesas, la prominencia del hueso de la frente, los huesos de la mejilla bien definidos, la piel tirante entre los huesos de la mejilla y la nariz, los ojos más bien hundidos, configuran el tipo ideal. El vuestro será distinto del mío, pero ni vosotros ni yo lo haremos gordo, carirredondo o sin carácter. Cuando hace el amor, su actitud no debe ser la del pulido ídolo de las *matinées*. Puede, incluso, parecer algo desmañado, pero abraza a la muchacha con toda determinación. Debe estar prolijamente vestido, pero nada de aceites en el cabello. La cara bien afeitada queda mejor, pero sus mejillas deben estar lo bastante sombreadas como para que se vea que tiene barba, aun cuando esté bien afeitada. Su expresión es importante. Si está sentado, sus rodillas no deben estar juntas, y si está de pie, no debe tener la mano en la cadera, a menos que el puño esté cerrado. Un solo rasgo de afeminamiento y la causa está perdida. Estudiad los héroes de otros ilustradores, pero mejor que esto será que busquéis en torno hasta que encontréis este tipo vigoroso, pero cultivado, y podáis utilizarlo.

BUENA CARACTERIZACIÓN

De vez en cuando hallaréis un personaje casi perfecto, pero en la mayoría de los casos deberéis poner algo de vuestra parte. Aplicad vuestra concepción del tipo adecuado al mejor modelo que podáis encontrar. Debéis tener por lo menos los valores y planos de una cabeza para trabajar sobre ellos e infundirles carácter.

FUERTE INTERÉS DRAMÁTICO

Estudiad vuestra historia. Representadla vosotros mismos. Planeadla en bocetos pequeños. Aun cuando no seáis buenos actores, podréis expresaros por intermedio del modelo. Con el fin de practicar interpretación dramática, procuraos vuestra cámara y vuestra modelo preferida, y realizad algunas pruebas fotográficas. Tratad de interpretar las siguientes situaciones y estados de ánimo:

Miedo	Odio	Sospecha
Ansiedad	Cólera	Egoísmo
Sorpresa	Timidez	Desafío
Adoración	Vacilación	Autocompasión
Esperanza	Interrogación	Envidia
Alegría	Inminencia del desastre	Amor
Desconcierto		Avaricia
Frustración	Hilaridad	Presunción
Celos	Intoxicación	

Imaginad algunas situaciones. Elegid los estados de ánimo adecuados. Tratad de que la modelo represente su papel. Si no puede hacerlo, buscad otra. La modelo es demasiado importante para poder prescindir de ella. Cualquier cosa antes que crear personajes sin vida.

En la actualidad las revistas tienden mucho al primer plano o *close-up*, en el que la actitud y la expresión facial narran la mayor parte de la historia. La interpretación dramática debe estar tan concentrada como sea posible. Si una parte de la ilustración narra la historia con tanta eficacia como toda la ilustración, debéis reducir ésta y utilizar sólo aquella parte. Pero debéis seguir practicando con escenarios grandes, colocando convincentemente las figuras en toda clase de escenarios, pues las tendencias de la ilustración cambian constantemente.

La iluminación puede contribuir en mucho a realzar lo dramático. Si tenéis una situación emocional intensa, buscad los medios de concentrar la atención del lector sobre el protagonista. El planeamiento o la composición también pueden contribuir en mucho a lograr ese efecto. El empleo de una viñeta elimina el interés del conflicto e inmoviliza la fuerza dramática. Al personaje o la cabeza principal debe coresponder el mayor contraste con el fondo; incluso puede aparecer recortado contra un fondo blando. Estudiad lo dramático dondequiera que lo encontréis. Estudiad la verdadera alegría y el dolor verdadero, así como las diversas emociones de la vida real.

La mejor manera de practicar consiste en hacer pequeños bocetos a lápiz, visualizando situaciones de relatos leídos, pero que no están ilustrados. Si de esta manera obtenéis algún resultado promisorio, valdrá la pena que trabajéis sobre él para elaborar una muestra. Pero aseguraos de que ésta sea verdaderamente una ilustración y no una simple figura ociosa.

COMPOSICION EXCITANTE Y ORIGINAL

En realidad, la distribución de la página tiene aún más importancia para el ilustrador de narraciones que para el ilustrador publicitario. Al planear vuestros bocetos en miniatura, tened siempre en cuenta la página, o el conjunto de dos páginas, según sea el caso. El texto debe ser indicado en masas grises. Algunos ilustradores pegan el texto verdadero en torno al boceto, para obtener el efecto de la tipografía en torno a la ilustración propuesta. Conozco a un ilustrador que para lograr el efecto deseado pinta el boceto en óleo opaco sobre una página de texto arrancada de una revista. La disposición del título, epígrafe, texto y espacio en blanco debe ser planeada de antemano. No importa que el director artístico no repare en esto. Vuestra misión consiste en diseñar una página de agradable aspecto.

Lograr que una página parezca diferente, excitante y original no es fácil ni mucho menos. Pero el hombre que pueda hacer esto, amén de dibujar y pintar bien, será el más solicitado por las revistas. Es esta cualidad la que otorga a un Al Parker, por ejemplo, un puesto sobresaliente como ilustrador. A menudo es posible aprovechar ventajosamente en la ilustración el fondo blanco del papel. Un punto de vista inusitado puede resultar muy útil. La elección de accesorios es vital. El hallazgo en el colorido, lo inesperado en la actitud y el gesto, la originalidad en la narración, son todos factores de importancia. Haced todos los experimentos que se os ocurran. El "impacto" es vitalidad, y la vitalidad es simplicidad más fuerza. Podéis estar seguros de que si vuestro tema es complicado, indirecto, confuso y ambiguo, no puede resultar muy excitante. Si los personajes son ordinarios, sin nada nuevo en su aspecto, actitud o atavío, nadie se sentirá terriblemente conmovido. Podría alegarse que no queda nada por inventar, pero no es así, la originalidad proviene del tema y del ingenio con que se cuenta la historia. Dos historias no son nunca iguales, ni dos situaciones, ni dos personajes. Para un Al Parker, por ejemplo, siempre hay algo diferente.

Los elementos de que disponéis son la composición lineal, la composición tonal, el color y la historia. Podéis combinarlos eternamente. De ellos tiene que nacer forzosamente todo lo que sea nuevo, diferente y excitante; por eso hemos hecho de ellos la base de este libro.

La composición tonal puede deparar muchas sorpresas. Suponed que hacemos una página en tonos claros y luego (¡pum!) ponemos en el centro un impertinente sombrerito oscuro. O que sobre un fondo gris ponemos unas manchas de blanco y negro. Una túnica o una chaqueta negras contra un fondo de color brillante pueden producir un efecto maravilloso. Los valores pueden estar llenos de "impacto" y de sorpresas; en realidad, es del contraste de valores de donde procede el impacto. Vuestra originalidad nacerá casi siempre del tema y de su interpretación, antes que de los subterfugios y recursos usuales de la composición. Estos recursos son, por lo general, el patrimonio de los imitadores.

LA MODA

Un factor importante en la selección de estilos con fines ilustrativos es su relación con los valores y las masas. No basta con que un vestido esté a la moda. El estilo puede ser bueno, y no serlo los valores o los colores en relación con el tema. Vuestra composición y diseño preliminares son más importantes que el vestido. ¿Queréis un tono simple o complicado? ¿Queréis un tono claro, medio u oscuro? ¿Lo quebraréis en zonas de luz y sombra, o lo haréis casi uniforme, con iluminación de frente o de atrás? ¿Irá bien un diseño a rayas, o estampado, o no? Esta es la manera de elegir el vestido. Si queréis que la figura no resalte contra el escenario, elegiréis un vestido cuyo valor sea semejante al valor del escenario planeado. Si queréis que la figura resalte, elegiréis un buen contraste. El vestido parecerá veinte veces más atractivo, si ha sido planeado en conformidad con el plan general del trabajo. No basta con que haya aparecido en la última revista de modas o que luzca bien sobre la modelo. Sin embargo, no olvidéis suscribiros a las revistas de modas. Pocos de entre nosotros somos lo bastante competentes como para inventar estilos.

Practicad el dibujo de figurines, guiándoos por las revistas de modas; dibujad con lápiz blando sobre papel de bocetos, tratando de captar principalmente el drapeado y la elegancia. Esto resultará más fácil a las mujeres que a los hombres.

Puesto que las revistas están plenamente al tanto de la moda, ésta puede constituir un punto vulnerable cuando se trate de criticar vuestro trabajo. No obstante, debéis recurrir a las expresiones más simples de la moda dominante, y no a los extremos. La discreción y la pulcritud son preferibles a un ornato exagerado.

Evitad en lo posible los estilos demasiado recargados que suelen surgir a cada temporada, el exceso de ornamentación, la estrechez exagerada, los pliegues y fruncidos, los volantes, los diseños complicados, etcétera. Muchas modelos optan por los extremos. Si están de moda los tacones de tres pulgadas, ellas los usan de cuatro. Si se usan las faldas cortas, las llevan más cortas aún. Si los peinados son altos, tampoco hay quien las sobrepase en eso; y cuando se estilan los sombreros de alas amplias a buen seguro que no podrán entrar por la puerta. El artista desprevenido puede fácilmente caer en el garlito. Su mejor fuente de información son las revistas y las exhibiciones de modas. En las buenas revistas y tiendas, asimismo, os informaréis acerca de los accesorios. Todo lo que un ilustrador puede conseguir, también lo podéis conseguir vosotros. La diferencia consiste en que algunos se toman el trabajo de buscar e investigar, mientras que otros no.

Los sombreros serán siempre un problema. Lo más aconsejable es que el ilustrador requiera un consejo de persona autorizada, porque, ¿quién es capaz de seguir las innúmeras evoluciones de la moda en lo que concierne a los sombreros? Yo, personalmente, trato siempre que es posible de evitar la ingerencia de los sombreros en la ilustración, puesto que están sujetos a cambios tan continuos y diversos

En mi opinión, los estilos de peinados deben elegirse, no sólo según la moda del momento, sino también en consonancia con el personaje. Una muchacha joven y dulce parece más joven y más dulce con el cabello suelto. Una persona sofisticada parece más sofisticada con un peinado severo y tirante. Esta es, pues, una cuestión de criterio, y la modelo deberá estar siempre dispuesta a peinarse como se le indique.

TÉCNICA

La técnica es vuestra. En general, la técnica sólo es atacable cuando es demasiado recargada, o cuando desconoce la teoría de los valores. La mala técnica procede por lo general de un conocimiento pobre de los fundamentos pictóricos; cualquier medium puede ser bueno siempre que se observen esos fundamentos. La simplicidad de la técnica es siempre una ventaja, a menos que sea tan lisa y chata que resulte opresiva, que le falte fuerza o no esté de acuerdo con el medium elegido. Cuando no se puede decir a primera vista qué medium se ha empleado en la ejecución de un cuadro, se puede afirmar con bastante certeza que el cuadro no es muy bueno. Los ardides de la técnica nunca deben tener para vosotros tanta importancia como el buen oficio, simple y llano. Recuerdo a un estudiante que vino a verme rebosando entusiasmo. Creía haber descubierto la clave de la originalidad. Cuando le pregunté cuál era ese gran descubrimiento, me confió que había inventado una técnica en forma de "tejido de canasta". Lo mejor que yo podía hacer era dejarlo librado a sus fuerzas. Infortunadamente, su dibujo, valores y colorido eran malos, y sin estas condiciones su "tejido de canasta" no tenía posibilidad alguna. La mejor manera de procurarse una técnica es no preocuparse por ella.

VARIEDAD DE MEDIUMS E INDIVIDUALIDAD DE ESTILO

El medium que empleéis tiene mucho que ver con los efectos que deseáis obtener. En vuestras manos cada medium tendrá sus particularidades propias. Cada medium tiene posibilidades de aplicación original. Tratad de no emplear siempre un mismo medium. Utilizad el lápiz y la carbonilla para los estudios, aunque no los uséis para los trabajos finales. Mientras estéis practicando, tratad de realizar el mismo tema en diferentes mediums. De este modo hallaréis el más expresivo.

Las revistas están permanentemente interesadas en nuevos tratamientos del medium, siempre que sean prácticos para la reproducción y que luzcan bien en la página impresa. Existen posibilidades inexploradas en la combinación de mediums, de modo que el artista debe estar experimentando continuamente con nuevos efectos. Cuando se utilizan siempre procedimientos semejantes, se corre el peligro de caer en la rutina. No podemos variar gran cosa nuestros procedimientos, si no es con verdadera dedicación, y tampoco podemos realizar demasiados experimentos con los trabajos que se nos encargan. Los experimentos deben hacerse como cosa aparte, y después ofrecerse como una posibilidad. Quizá se os presente la ocasión de utilizarlos.

Si no podéis contratar modelos para este trabajo de experimentación, trabajad en base al excelente material que suele aparecer en las revistas de modas. Pero buscad más bien la novedad de los efectos antes que la fidelidad al original.

¡Cuán a menudo el ilustrador oye decir: "¡Si

me gustan las figuras, leo el cuento!" Esta es la clave del trabajo del ilustrador, vender el cuento como podría vender cualquier otro producto. Podéis lograrlo, en primer término llamando la atención, en segundo término despertando la curiosidad, en tercer término anticipando entretenimiento o interés en el material que ilustráis. Es decir que las reacciones del espectador son en parte visuales y en parte emocionales o mentales. Es por esto que la ilustración no debe ser encarada solamente desde el punto de vista técnico. Para que los resultados sean buenos, todos los factores deben estar entrelazados. Este es el motivo de que haya pocos buenos ilustradores. Muchos pueden dibujar y pintar bien, pero puesto que las cualidades emocionales deben ser parte de la aplicación práctica, y la imaginación debe dejarse en libertad, las exigencias que pesan sobre el artista son grandes. No es raro que el buen ilustrador sea un actor bastante bueno, o pueda escribir una buena historia, o sea capaz de expresarse en otras formas. Al fin y al cabo, la ilustración de cuentos y novelas constituye, en mayor medida que todas las demás actividades ilustrativas, la interpretación y expresión individuales del artista.

La revista no puede indicaros cómo hacer una ilustración que venda el cuento. Lo único que puede hacer es apreciar vuestra capacidad. Nadie os lo puede decir. Pero si la historia es interesante (y a veces aun cuando no lo sea), debe existir un enfoque que no ha sido empleado nunca de la misma manera. Aun cuando se hayan empleado como ilustraciones centenares de escenas de amor, dos de ellas no son nunca exactamente iguales, ni los protagonistas se abrazan de la misma manera, en las mismas circunstancias. Tampoco tienen por qué aparecer de la misma manera en la página. Siempre puede añadirse algo.

Si el tema es algo trillado o manoseado, quedan siempre el diseño, el colorido, la caracterización y los accesorios. Desde la invención del cine, las películas han terminado en abrazos, pero éstos no son nunca del todo cansadores si están enfocados con delicadeza e intuición. Cualquier tema bajo el sol puede ser enfocado de un modo interesante; todo depende del interés que el artista ponga en su realización. Siempre puede ejecutarse una ilustración que venda el cuento.

La inventiva y la originalidad de la concepción preceden siempre a la ejecución. Es imposible decirle a un inventor cómo debe inventar. Pero si percibe una necesidad y un propósito, esto le ayudará a concebir una idea. Creo que la falta de inventiva proviene más bien de la poca disposición al análisis que de la pobreza de ideas. La inventiva de la ilustración no coincide necesariamente con una descripción detallada contenida en el cuento. El ilustrador debe analizar también lo que ha sido omitido por el autor y que podría haber ocurrido en esa situación en la vida real. El autor probablemente nos dice: "la besó en los labios", y nada más. Es el ilustrador quien debe decidir si él le hace levantar la cara, si la cabeza de ella está echada hacia atrás o en su hombro, si ella usa sombrero o gorro, y cuál de los dos rostros debe estar parcialmente oculto.

Si se abrazan en una estación de ferrocarril, por ejemplo, tal vez el autor no mencionó el equipaje, ni el hecho de que una valija se tambalea sobre otra o está cayendo por el aire. El autor puede no haber descrito al guarda sonriente. Todo esto es inventiva, un análisis plausible de la situación para que vuestra concepción parezca interesante y original. La originalidad no se ocupa solamente de los hechos, sino que sobre los hechos dados pueden construirse otros, suponiendo que sean razonables. Siempre puede haber un cuento dentro de otro cuento. Vuestra ilustración es vuestra versión del cuento.

COLORIDO LLAMATIVO Y BUEN GUSTO

Todos los puntos discutidos en la Parte Tercera, en que nos ocupamos del color, tienen aplicación en la ilustración de cuentos. Los planes tonales son importantes. El color relacionado puede ser vivaz y obrar maravillas en una página. Pero las revistas no quieren colores chillones. Recordad que la revista se vende cerrada. No es necesario que el color se distinga a diez o cincuenta pies de distancia; basta con que sea claramente perceptible al colocar la revista sobre las rodillas. El colorido chillón está fuera de lugar. Es decir que en la ilustración de revistas se emplea un aproche distinto que en la ejecución de cartelones, calendarios o muestras. La brillantez está bien, pero la brillantez producida por una buena armonía de tonos y colores.

Puesto que la buena ilustración se basa en un buen análisis, las siguientes preguntas pueden indicaros un aproche y ayudaros a hacer algo eficaz:

CUESTIONARIO PARA EMPEZAR UNA ILUSTRACION

¿Cuál es la naturaleza de vuestro tema?

¿Tiene un estado de ánimo? ¿Es potente, mediano o débil?

¿Debe hacerse en color? En caso afirmativo, ¿con colores brillantes, o sombríos y grises?

¿Es un interior o un exterior, de día o de noche? ¿Qué clase de luz?

¿Puede hacerse algo con la iluminación? ¿Iluminación brillante, difusa, oscura, tenebrosa?

Con respecto a la acción, ¿qué haríais vosotros en las mismas circunstancias?

¿Es posible contar la historia en más de una manera? ¿Cuáles son esos distintos modos?

¿Podéis vosotros decir algo que el manuscrito omite?

¿Qué podéis hacer para realzar cada personaje?

¿Tiene "carácter" el escenario? ¿Podéis poner algo de vuestra parte?

¿Qué acción y qué circunstancias han precedido al instante que pensáis ilustrar?

¿Qué posibilidades de contraste emocional existen?

La situación, ¿depende de las expresiones faciales?

¿Qué figura es la más importante? ¿Puede ser concentrada esa importancia?

¿Qué accesorios son los más importantes?

¿Podéis eliminar los elementos de menor importancia?

¿Es posible comunicar una sensación de movimiento lineal o de masas en vuestra composición?

¿Se presta el tema a un buen diseño? ¿Cómo podéis encararlo?

¿Cuál es la idea dominante de vuestra ilustración? ¿Podéis crearla vosotros mismos?

¿Puede ser dramatizada esa idea?

¿Podéis emplear formas geométricas, línea, subdivisión informal?

¿Podéis crear un punto focal con la línea, el contraste, la dirección de la mirada, el color, o de cualquier otra manera?

Con respecto a las poses y actitudes, ¿podéis poner algo propio?

¿Qué pose adoptará probablemente el personaje, considerando su carácter, modo de vida, cultura, situación económica, hábitos, emociones?

Con respecto a la vestimenta, ¿se puede encontrar algo que produzca un efecto llamativo? ¿Puede lograrse que los vestidos integren una composición interesante?

¿Podéis embellecer a los personajes colocándolos en un escenario, o no aparecen contra un fondo dado?

¿Podéis hacer que el escenario realce la dramatización, empleando accesorios, pulcritud, desorden, opulencia, pobreza, o cualquier otra cosa?

¿En cuál de las siguientes categorías incluiríais esta situación:

> Vieja, nueva, vulgar, ingeniosa, chillona, malsana, limpia, ordenada, inusitada, corriente, costosa, saludable, sucia, vil, edificante, moderna, victoriana, anticuada, de buen gusto, de mal gusto, rural, urbana, clara, nebulosa, húmeda, mustia, fresca, brillante?

Si la situación entra en una o más de esas categorías, ¿cómo podéis incorporar a la ilustración esas cualidades?

¿Podéis hacer algunos pequeños bocetos de lo que se os ha ocurrido?

Después de hacer vuestro boceto, ¿os parece que quedaría mejor si lo invirtierais?

¿Habéis releído el manuscrito y tomado nota de todos los hechos?

Vuestra composición, ¿tendrá que ser recortada para ajustarse a la página, teniendo en cuenta el espacio necesario para el título, texto y epígrafe?

La línea del pavimento, ¿pasa a través de elementos importantes, las caras por ejemplo?

¿Habéis ensayado más de un plan tonal?

¿Habéis ensayado más de un plan para el colorido?

¿Puede eliminarse alguna cosa sin perjudicar la dramatización o la composición?

Si este trabajo hubiera sido encargado a otro ilustrador, ¿creéis que lo habría hecho como vosotros lo planeáis? ¿No hay otra manera de hacerlo?

¿Habéis realizado vuestros planes con plena independencia? ¿Cuántos ejemplos de otros ilustradores estáis siguiendo? ¿Podríais descartar esos planes y empezar de nuevo?

¿Es el artista que estáis imitando realmente capaz de pensar mejor que vosotros?

Al llegar aquí puede resultarnos ventajoso tomar una situación verdadera e ilustrarla. En bien de la simplicidad, y aunque haya varios personajes en nuestra historia, pintaremos solamente a la heroína, suponiendo que un primer plano de la muchacha tendrá más "impacto" que un conjunto de varias figuras. Como re-

cordaréis, he dicho ya que la clave de la ilustración moderna es la simplicidad. En la solución de nuestro primer problema de esta clase tendremos más en cuenta el efecto de la página que la ilustración completa y detallada del incidente. Supongamos que el pasaje que hemos elegido para ilustrar es el siguiente:

> Ella tenía la fascinación del antiguo Egipto, todo el misterio de las Pirámides, la sensualidad de una noche estival a orillas del Nilo. No pertenecía a ninguna época; no tenía edad, como la Esfinge. Sus labios carnosos eran tan escarlatas como la túnica que bordeaba su blanco pecho. Ojos oscuros como los suyos habían mirado a los Faraones. Las líneas negras de sus cejas parecían tocar en las sienes la opulencia del cabello negro como el ébano que coronaba su cabeza. Estaba sentada, con un hombro caído, y un cigarrillo entre sus finos dedos. Hablaba lentamente, suavemente, deliberadamente. "¿No hay amor más allá del matrimonio?"

Ahora bien, si este párrafo no despierta nada en vuestra imaginación, limitaos a la publicidad. Yo veo una criatura muy sensual y provocativa, no necesariamente egipcia, pero sí de un tipo que recuerde el espíritu del Egipto. No necesitamos ponerla en un bote sobre el Nilo, ni sacar a relucir las Pirámides ni las estrellas. Tampoco debemos pintar una colegiala con medias cortas y pelo negro, sino un tipo, poco común si es posible, que atraiga al lector con una especie de belleza oriental. Un vestido escarlata escotado quedará bien sobre la página. Su cabello negro y piel blanca añaden dos valores importantes al plan de los cuatro valores. Podemos agregar un tono claro, y algunos oscuros y claros para acompañar a los otros. El plan de los cuatro valores simples es importantísimo para nosotros, aun antes de comenzar, porque será la base de nuestro diseño y de los bosquejos en miniatura donde intentemos la distribución de las masas.

Nuestro párrafo es bastante específico acerca de los detalles, y aun de la pose. Hay quizá mil interpretaciones posibles. Espero que la vuestra será totalmente distinta de la mía.

Veo a la muchacha, antes de empezar, con la cabeza ligeramente inclinada pero mirando fijamente al lector (una de las raras ocasiones en que esto ocurre), porque queremos que esa fascinación llegue directamente al lector, casi como si éste fuera su interlocutor. Si incluyéramos a un hombre en la ilustración, ella parecería totalmente ajena a la presencia de alguien más. Los ojos sensuales parecen doblemente sensuales si están fijos sobre el lector que si están fijos sobre cualquier otra persona. Saquemos el debido provecho de esta circunstancia.

Ahora bien, específicamente el vestido era rojo solamente, y no de un material dado. Esto es una ventaja, porque deja librada a nuestro criterio la elección del material. No olvidemos que hemos elegido un vestido escotado. Si el autor hubiera dicho terciopelo, por ejemplo, nos habríamos encontrado con múltiples dificultades para procurarnos un vestido de ese material. Pues no cabe duda de que si tenemos que realizar una sola figura en primer plano, no debemos inventar su atavío, ya que el autor le ha prestado considerable importancia.

En lo que concierne al peinado, cuando el autor habla de una "cabellera opulenta", no se nos ocurre que esa cabellera esté demasiado ceñida a la cabeza, sino que la imaginamos más bien suelta, abundante y circundando suavemente el rostro.

En la página siguiente esbozaré en miniatura algunas poses y diseños. Me gustaría que vosotros hicieráis lo mismo, apartándoos en lo posible del modo en que yo lo he hecho. Intercambiad los cuatro valores. Pero recordad que el vestido rojo es igual a un gris oscuro en la escala del blanco y negro. El cabello debe ser muy negro; la piel blanca. Elegid un lápiz blando y un cuaderno de bocetos. Los primeros bocetos hacedlos pequeños. Pensad, pensad, pensad desde el comienzo, y una vez que os pongáis en camino todo se aclarará.

Si preferís un nuevo tema, elegid un párrafo de algún cuento y bosquejad vuestra versión del mismo. La única manera de aprender a ilustrar es empezar *ahora* a activar vuestra imaginación e inventiva. La ilustración de cuentos no se aprende en una noche.



REALIZACION DEL BOCETO EN GRAN TAMAÑO

La página precedente de bocetos en miniatura ha sido hecha principalmente para obtener una satisfactoria colocación de la figura y una distribución general de las masas. He hecho la elección indicada principalmente por el movimiento del diseño, en el que todas las líneas tienden a llevar la vista a la cabeza. El pecho y los hombros blancos están sostenidos por una sombra oscura, y el vestido rojo brillante estará en la vecindad del blanco. Detrás de la cabeza habrá un tono bajo y una sombra oscura, los cuales realzarán el valor muy claro y el muy oscuro que constituyen la cabeza propiamente dicha.

Ahora el problema consiste en hacer un boceto de tamaño natural para remitir al editor de la revista. Esto puede hacerse en lápiz, carbón, o lápices de color. Cuando la revista esté completamente familiarizada con vuestro trabajo no será necesario que vuestros bocetos estén tan detallados como en vuestros primeros encargos. A veces os pedirán dos o tres bocetos de situaciones distintas. Normalmente estos bocetos deben hacerse en color, pero para los fines de este libro bastará con que os dé un ejemplo en blanco y negro.

Si la situación ha sido ya elegida, como en este caso, es conveniente que llaméis a vuestra modelo aun para el boceto, para que al emprender la realización final contéis ya con el personaje, el vestido, etcétera. También es ventajoso que os familiaricéis con el tipo que vais a pintar; el boceto es un estudio preliminar para vosotros mismos, a la vez que para el editor de la revista. Podéis dibujar el boceto directamente de la modelo, o bien sacar algunas poses con vuestra cámara. Al colocar el tema frente a vuestros ojos podréis encontrar nuevas sugerencias, mejores que vuestra concepción primera. No importa cómo lleguéis a lo que vais a hacer, siempre que en último término arribéis al convencimiento de que es lo mejor que podéis hacer. Pero una vez que abordáis la realización final todo debe estar decidido, para que no tengáis que cambiar de idea a mitad de camino. Un boceto en color para vuestra propia satisfacción vale el tiempo que lleva, y por este motivo yo también haré uno en este caso, aunque no aparezca reproducido.

Quiero recalcar aquí la importancia de tener un fichero de modelos, así como un fichero de datos generales que pueden resultar de utilidad. Nunca sabéis lo que puede ocurrir, o qué clase de cuento pueden daros para ilustrar. Yo he descubierto que vale la pena someter a las modelos a "tests" semejantes a los que se practican en el cinematógrafo. Buscad la habilidad dramática y la expresión. Tened en vuestro archivo algunas cabezas típicas, a todo tamaño, y poses de cuerpo entero. Vuestro archivo debe ser tan completo como sea posible: hombres, muchachos, mujeres, muchachas y chicos. Resulta muy costoso llamar a una modelo y descubrir, después que ella ha venido, que sus hombros son demasiado huesudos para un traje de noche, o que parece patituerta dentro de una malla, o que es baja y de caderas anchas, detalles que no aparecerían indicados en una fotografía de la cara. Por otra parte, las fotografías que las modelos suelen dejar para los archivos han sido retocadas, a menudo hasta ser irreconocibles. Debéis saber cuál es el aspecto que presenta una modelo delante de vuestra propia cámara.

La mayoría de las modelos son decepcionantes en un sentido u otro. Parece que no ha nacido la modelo perfecta, con buena figura y hermosa cabeza. Y las que son hermosas pueden ser incapaces de actuar. Podéis estar seguros de que vuestra propia imaginación tendrá que mejorar las poses fotográficas. La modelo es necesaria porque nos da la base para la caracterización. Nos indica la forma, la luz, el color, dónde están los planos y la relación de los valores. No creo que exista un artista tan bueno que pueda prescindir de la modelo.

Vuestro archivo de datos diversos deberá contener, principalmente, el material utilizable para fondos y escenarios, puesto que no os será posible representar a la gente en el verdadero escenario en que vive. Tratad de manteneros al corriente de la decoración de interiores, moblaje moderno, modas y accesorios. Pero no debéis olvidar la vida del pasado, la vida en los pequeños pueblos y granjas, los exteriores, los caballos y otros animales, los trajes de época, los almacenes y tiendas, los clubs nocturnos, los deportes, y casi todas las fases de la vida.





He reproducido la fotografía sacada en una pose concordante con el boceto elegido. Esta joven fué elegida principalmente porque me pareció un tipo poco común. Estoy tratando deliberadamente de apartarme de la muchacha "standard" que suele aparecer en las tapas de las revistas, o de la llamada modelo fotogénica. Sus ojos y cejas oblicuas, su boca llena, junto con la suavidad del cuello y de los hombros, parecen coincidir con la descripción del autor. El estudio en carbón de la fotografía fué hecho principalmente para ver si yo podía representar esas cualidades sin copiar servilmente la fotografía. Si se tratara de un encargo, enviaría al editor el estudio, junto con mis comentarios acerca de lo que me propongo hacer con la ilustración, el color, y cualquier otra cosa que contribuyera a aclarar perfectamente mis intenciones.

El director de arte, a su vez, sometería el estudio a sus colegas de la revista, y me lo devolvería con sus comentarios sobre las posibilidades del mismo. Esto puede evitar una gran pérdida de tiempo. Si la revista no está de acuerdo con mi aproche, o presenta objeciones de cualquier especie, yo lo sé antes de iniciar el trabajo final. Si el estudio al carbón es aprobado, el ilustrador puede confiadamente seguir adelante. Este procedimiento es el más práctico para todos. Para cada número de la revista hay una fecha definida de cierre, antes de la cual todo el material debe estar satisfactoriamente entregado. Para casi todas las revistas la fecha de cierre es anterior en unos tres meses a la fecha de publicación. El ilustrador debe tratar de tener su trabajo terminado unos diez días antes del plazo. Es muy desagradable obligar a la revista a utilizar —por la falta de tiempo— un trabajo insatisfactorio. En la mayoría de los casos, toda crítica que proviene de la revista está bien fundada y no se hace a menos que se considere absolutamente necesaria. Un director de arte está dispuesto a todo, menos a demorar la publicación. Por lo tanto, agradecerá una rápida entrega del trabajo, lo que le permitirá realizar cambios sin causar demoras.

Descubriréis que cada revista tiene una individualidad. La apariencia física de su contenido estará en estrecha relación con los gustos y disgustos personales del director de arte. Hay directores de arte que tienen decididas preferencias, tanto en lo que respecta a los artistas como a los tipos de ilustración. Algunos prefieren el primer plano, la cabeza de gran tamaño en que los detalles de expresión cobran importancia. Otros prefieren las figuras enteras en un escenario adecuado. Pero todo director de arte trata, sin embargo, de obtener cierta variedad de aproches a lo largo de la revista. Esta es a menudo la razón por la cual se recorta una pintura a todo tamaño, para que no aparezcan dos ilustraciones vecinas tratadas de modo similar. Algunos directores de arte se inclinan por ciertos mediums, prefiriendo quizá la acuarela al óleo; o bien el lápiz, el carbón, el pincel seco y otros mediums similares, a los llamados mediums pesados. Es conveniente que empecéis a familiarizaros tanto como sea posible con los tipos de ilustración más generalmente empleados por cada revista. Si se os ocurre algún aproche nuevo, es mejor que lo ofrezcáis desde el principio, y no que tratéis de responder al editor con una técnica inesperada en la realización final de un trabajo.

En conjunto, el procedimiento debe ser de la más estrecha colaboración. El director de arte está tan ansioso como vosotros por dar distinción a su revista empleando cualquier medio posible, pero en lo que a vuestra capacidad respecta, debe conocer el terreno que pisa desde el comienzo hasta el fin. Es por esto que debéis dedicar parte de vuestro tiempo al experimento y al estudio, para poder mantener flexibles y dinámicos vuestra capacidad y vuestro aproche. Podéis mantenerlo informado de cualquier idea nueva que se os ocurre, y a menudo esto puede abriros nuevas oportunidades si la revista está dispuesta a experimentar con vosotros.

Puesto que la interpretación final de nuestro tema debe realizarse en color, es necesario incluir la ilustración entre las otras figuras en color del libro. La encontraréis en la página 291, bajo el título *Muestra de Una Ilustración.* Sugiero que el lector relea el párrafo que hemos elegido como problema, y que luego decida si, a su juicio, he captado las cualidades dramáticas y emocionales sugeridas.



EL ENCANTO DEL DIBUJO RESIDE EN LA EXPRESION MAS SIMPLE POSIBLE DE LAS FORMAS Y CONTORNOS, NO EN LA EXACTITUD LITERAL.

LA INICIACION EN LA ILUSTRACION DE CUENTOS

Este libro no estaría completo sin una discusión de cómo podéis entrar en la ilustración de cuentos y qué preparación debéis tener. Si discutimos el asunto francamente, no es para defraudar vuestras ilusiones, sino para poner delante de vosotros algunos de los requisitos indispensables. Muy rara vez puede un ilustrador trabajar para las revistas si no posee preparación artística. Ya haya sido obtenida en las escuelas o por esfuerzo propio, la preparación es un complemento necesario de su talento natural.

Es natural que la mayoría de vosotros, artistas jóvenes, acariciéis esta ambición. No me cansaré de repetir que la oportunidad existe siempre. El que podáis convertirla en realidad depende de muchos factores.

En primer término, tendréis que poseer experiencia en dibujo del natural, anatomía, perspectiva, composición y color. Pero también necesitaréis ese raro sentido de lo apropiado y la capacidad de narrar una historia pictóricamente. La ilustración puede dividirse en dos clases: la idealista, por un lado, y la interpretación y caracterización de la vida tal como es, por otro. La ilustración en su sentido más alto no es una cuestión de dibujar chicas bonitas y cintas rosadas para el cabello. La Segunda Guerra Mundial ha originado muchas cosas nuevas y potentes dentro del campo de la ilustración. La ilustración mantiene el espejo ante la vida misma. Gran parte de las ilustraciones de la actualidad, sin embargo, no pueden menos de parecer insípidas en comparación con la obra de Howard Pyle. El nos ha dejado una obra típicamente americana que sobrepasa a todas las demás. Ese espíritu debe persistir. Persistirá en algunos de vosotros, que no habéis llegado quizá a los veinte años, pero que tenéis grandes ambiciones y firmeza de propósitos. Pero no lo consolidaréis soñando. Cada día deberéis dar un pequeño paso adelante hacia vuestra meta.

El arte es una amante exigente. Sus recompensas son grandes, pero son para unos pocos. No obstante el arte es una de las pocas vocaciones en que el éxito depende exclusivamente del esfuerzo y el carácter del individuo, suponiendo, por supuesto, que éste tenga talento. Aquí no hay resortes que tocar, ni favores que conseguir. El arte está enteramente sujeto a la opinión pública, a la opinión de otra gente, y uno debe trabajar casi a pesar de eso. No hay nada que circule por el mundo en más cantidad y con menos esfuerzo que las opiniones. Si todas las demás cosas fueran dadas tan libremente como las opiniones —especialmente las negativas—, no puedo imaginarme lo que sucedería. No obstante, en gran medida debemos atenernos a lo que que otros digan de nuestro trabajo. Son ellos quienes pueden elevarnos o hacernos fracasar.

La ilustración siempre estará sujeta a la opinión pública. Pero las opiniones no necesariamente deben hacernos perder nuestra fe en la verdad tal como nosotros la vemos. Por otra parte, gracias al cielo, las opiniones consideradas en conjunto no sólo suelen ser justas sino que en la mayoría de los casos son verdaderas. Tengo todos los motivos del mundo para creer que seguirá siendo así, porque tanto la ilustración como la opinión pública proceden de la misma fuente, la reacción a la vida misma.

En consecuencia yo sostengo que la ilustración debe mantenerse dentro de límites racionales, en conformidad con el buen gusto y las mejores cosas de la vida. Para ayudaros a elegir un camino dentro de la ilustración debo recomendaros que mantengáis vuestros pies firmemente apoyados sobre la razón y la verdad, tal como aparecen ante vosotros. Hay tantos callejones sin salida que exasperan nuestra curiosidad y resplandecen con especulaciones que luego no conducen a ninguna parte, que os aconsejo pensarlo muy bien antes de arrojar por la borda los dictados de vuestra propia personalidad y capacidad. Yo afirmo que el arte no es imitación ni duplicación de la realidad, sino una expresión individual basada en la verdad. Esta definición no es estrecha ni limitada, sino tan amplia como el cielo.

He indicado que nadie puede convertirse en un ilustrador completo de la noche a la mañana. La razón principal para que esto sea así es que no podéis abarcar el conjunto de la vida en una sola mirada, ni en un día, ni en un año. Es mucho mejor que sigáis vuestro desarrollo por los cauces que llevan a vuestra meta, y no que tratéis de alcanzar la meta de un solo salto. Todo el arte comercial es ilustración, y en todas partes tenéis igual oportunidad de progresar. Contentaos al principio con los pequeños empleos, que os darán la experiencia necesaria para ocupar otros de mayor importancia. Cuando tengáis la oportunidad de dibujar una cara, un personaje, una figura, imaginad que estáis ilustrando el mejor de los cuentos para la mejor de las revistas. Esforzaos al máximo,

como si todo vuestro futuro dependiera de ello. En realidad, *puede* ocurrir que vuestro futuro dependa de esa muestra, que puede interesar a otra persona que esté en condiciones de ofreceros una oportunidad más grande, y esta oportunidad puede a su vez traer otra, y así sucesivamente. Nunca podréis predecir lo que un buen trabajo hará en favor vuestro; pero un trabajo descuidado, hecho con indiferencia o sin interés dejará una impresión difícil de borrar.

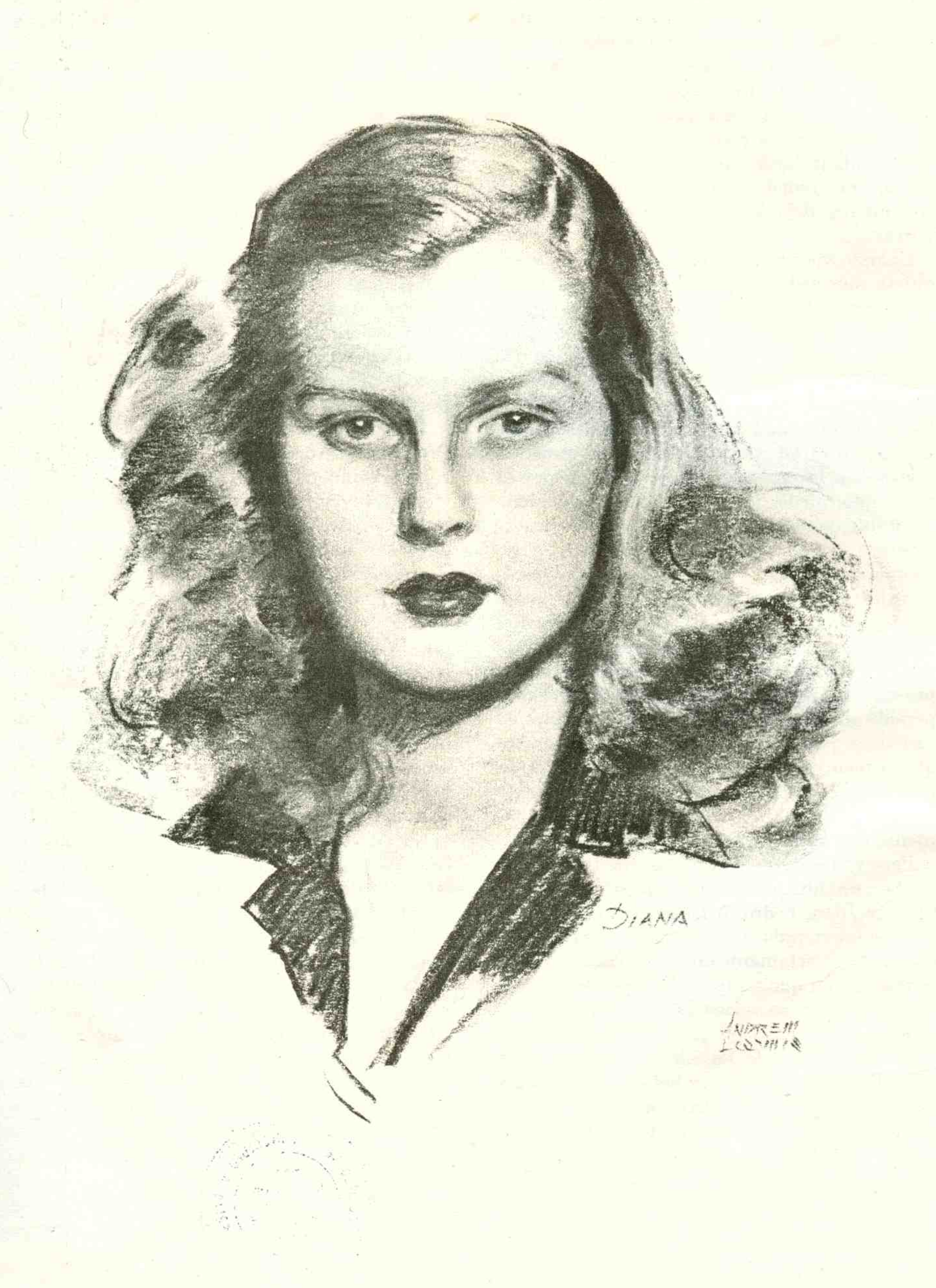
Cuando vuestro trabajo en otros campos adquiera notoriedad, es probable que alguien os encuentre. Hay agentes de artistas que están constantemente a la búsqueda de talento, así como los hay en el cinematógrafo. Si vuestro trabajo diario no es un camino para vuestras ambiciones, no os queda más remedio que buscar la oportunidad. Tomad un cuento e ilustradlo. Mostrad vuestro trabajo a otros. Si reaccionan favorablemente, es probable que el subscriptor medio de revistas también reaccione favorablemente. No os aconsejo enviar ilustraciones a las revistas más importantes, si no contáis con cierta experiencia o no habéis tenido éxito en otros campos. Antes enviad vuestro trabajo a agentes de confianza; ellos pueden haceros una propaganda inteligente, e incluso someter vuestro trabajo a las revistas si parece promisorio. Estos trabajos pueden ser enviados periódicamente. Tenéis más probabilidades de éxito si os ponéis en manos de un buen agente que si recurrís directamente a las revistas. No obstante, si enviáis a una revista un trabajo inusitadamente bueno, se pondrán inmediatamente en contacto con vosotros.

Pero podéis estar seguros de que las revistas reciben un diluvio de trabajos mediocres enviados por Juan, Pedro, o Diego, y sólo muy de cuando en cuando se da el caso de un novicio que entra directamente en una revista. No hay ningún ritual que realizar; todo puede ocurrir. Pero avanzar paso a paso hacia la meta, es, a la larga, lo mejor.

He hecho todo lo posible en este volumen para daros una base de trabajo y sugeriros las cosas que necesitaréis. Pero naturalmente vosotros mismos realizaréis vuestra propia interpretación de los elementos fundamentales contenidos aquí. El propósito principal que me guía es haceros pensar por vosotros mismos, realizar por vosotros mismos, creer en vosotros. Sólo queda otro camino abierto, y es la imitación. Esto puede reportar algunas ventajas, pero me parece que si podéis llegar mediante la imitación a cualquier grado de capacidad también podéis llegar por vuestros medios. El imitador no sobrevive mucho tiempo al imitado. Suponed que otros cinco mil imitaran al mismo artista. Suponed que para cuando vosotros os habéis puesto a la altura del imitado éste lo ha sido ya en tal extremo que su renombre se ha desvanecido, la moda ha pasado, y alguien ocupa el lugar dejado por vuestro ídolo. Una vez desaparecido el ídolo, ¿qué posibilidades pueden quedaros a vosotros?

Los jóvenes suelen imitar irreflexivamente. Prefieren ser conducidos, antes que asumir una responsabilidad basada en sus propias percepciones, creencias y decisiones. Pero los jóvenes que progresan son aquellos que toman las riendas y conducen por sí mismos. Deben comprender que el mundo en que están es el suyo propio, y no el nuestro, en el que siempre se les dice lo que tienen que hacer. Nosotros preferimos que lo hagan ellos mismos, prestándoles toda la ayuda que podamos, y no hacerlo nosotros en su lugar. Trabajar con la línea, el tono, el color, y producir la forma, no es imitar. Tampoco lo es trabajar en base a una foto que vosotros mismos habéis concebido y posado. La práctica no constituye imitación. Pero sí lo es el tomar un trabajo exitoso de otro artista, clavarlo en vuestro tablero de dibujo y copiarlo con fines profesionales. La imitación consiste en tratar de vender algo que vosotros no habéis creado. Hay una gran diferencia.

Si verdaderamente estáis preparados para las revistas no tenéis por qué inquietaros. Encontraréis vuestro puesto. Lo que verdaderamente debe preocuparos es obtener la preparación suficiente, para poder preocuparos por conservar vuestro puesto una vez que lo tengáis. Las preocupaciones pueden ser muy divertidas, al menos cuando giran en torno a algo que amamos.


DIANA
ANDREW LOOMIS

SEPTIMA PARTE

Experimentación y Estudio



EXPERIMENTACION Y ESTUDIO

No hay mayor impulso para una carrera exitosa dentro de la ilustración creadora que la experimentación y el estudio. En los primeros años de práctica profesional yo os recomendaría que siguierais estudiando en las escuelas nocturnas. Descubriréis que, teniendo cierta experiencia práctica, las cosas se aprenden dos veces más rápido que antes. Estáis más al tanto de lo que queréis y tal vez vuestros puntos débiles han empezado a asomar. Pero aun cuando no podáis asistir a una escuela de arte, por lo menos podéis seguir un plan de estudios por vuestra propia cuenta, que os permita profundizar vuestros conocimientos. Un buen sistema consiste en que un grupo de artistas comerciales organicen una clase por su cuenta, contratando modelos, dibujándolas y pintándolas. Si esto no es posible, dejad en vuestra casa un espacio libre donde podáis trabajar por las noches, los sábados por la tarde o los domingos. Esto no significa que no os toméis tiempo para descansar, pero cuanto mayor sea la rapidez con que desarrolléis vuestras facultades, más pronto llegaréis a la meta. A veces uno mismo puede planear y organizar sus estudios mejor que con la ayuda de otros.

Lo que no debéis hacer es dejaros llevar por la rutina diaria, sin realizar esfuerzos adicionales. De lo contrario llegaréis a la edad madura sin haber hecho nada más que trabajos de rutina, y en la misma posición en que estabais años atrás. El esfuerzo adicional es lo que establece la diferencia entre la gran masa de artistas mediocres y el grupo comparativamente pequeño de artistas realmente buenos.

Hace falta mucha concentración y determinación para salvar los primeros escollos. Si no conocéis anatomía podéis empezar por ahí. Esto podéis hacerlo en vuestra casa, trabajando unas pocas tardes por semana. La perspectiva es otra cosa que os conviene aprender. No os llevará mucho tiempo. Para practicar composición no necesitáis ir a la escuela. La práctica de dibujos a pluma, lápiz y carbón puede hacerse en los momentos libres. El color debe ser practicado durante el día con buena luz. No hay luz mejor que la de las mañanas de domingo, tanto adentro como fuera. Es una vergüenza que os quedéis a dormir. Si el domingo acostumbráis a jugar al golf, jugad sólo dieciocho hoyos y trabajad por la tarde, o bien domingo por medio. Si el domingo acostumbráis cumplir con vuestros deberes religiosos, no dejéis de hacerlo: a ningún artista hace mal el perfeccionamiento de su alma. Trabajad, entonces, el sábado por la tarde. Vuestro horario de trabajo depende de vosotros, y tal vez de vuestra esposa, pero si ella no se muestra entusiasmada tratad de pintarla con los chicos. No importa cómo lo consigáis, pero lo esencial es que lo consigáis.

Elegid temas para naturaleza muerta. No son nada aburridos cuando empezáis realmente a percibir el diseño del tono y el color. Haced bocetos de exteriores mientras los chicos juegan y vuestra esposa lee una revista. Poned vuestras pinturas en el coche, salid y haced la prueba. Pintar la vida real es refrescante después de una fatigosa semana de trabajo. Descubriréis que las sombras son ligeras y aéreas, que el azul del cielo realmente penetra en ellas. Os apartaréis de los rojos, los pardos y los anaranjados que todos nosotros usamos cuando improvisamos. Rara vez se encuentra un artista que improvisa en grises delicados y colores fríos. En realidad estos tonos y colores suaves raramente entran en la mente del artista hasta que aprende a conocer su belleza. En el estudio el color es una cuestión de pomos y potes de pintura; pero cuando buscáis esos mismos colores en la naturaleza no los encontráis. La naturaleza parece opaca al principio, pero cuando llegáis a captar sus colores tonales y grisados descubrís con sorpresa que son mucho más hermosos que el contenido de pomos y potes.

Hay muchos que jamás se toman el trabajo de conocer a la vieja Madre Naturaleza y después se preguntan por qué sus progresos son lentos. Ella es la única fuente verdadera, y cuanto más la descuidéis, más os alejaréis de la verdad. La mayoría de nosotros no nos tomamos la molestia de sacar bocetos del natural, pensando quizá que el sitio en que vivimos es cualquier cosa menos un tema. Esto difícilmente puede ser cierto. Hasta un callejón sin salida de un barrio bajo puede constituir un motivo maravilloso si lo vemos con ojos de artista.

Los pueblos a orillas de los ríos, los centros fabriles, los viejos pueblos, e incluso los pue-

blos de la llanura, siempre ofrecen material. Hay drama en ellos, y forman parte del escenario americano. Esas cómicas casas rococó también son buenos temas. El arte no tiene que ser "bonito". El arte bonito ha causado demasiadas molestias en este país. Por primera vez los artistas están viendo a América tal como ella es y están haciendo cosas maravillosas.

No quiero decir que deliberadamente debemos proponernos pintar lo grotesco y lo feo. Lo importante es que todas las cosas tengan forma, tono y color, y las cosas que pueden obtenerse en pintura con la forma y el color son sorprendentes. En mi opinión, el haber estado eligiendo durante tanto tiempo lo super refinado es lo que nos ha tornado ciegos ante la belleza de lo corriente. Hemos llegado a creer que todo debe ser pulido, lustroso y nuevo. La belleza reside en el carácter. Los viejos graneros de una granja, por ejemplo, tienen carácter.

Los valores, el color tonal y el diseño tienen idéntico atractivo en Peoria que en la Quinta Avenida. Ese pequeño jardín detrás de la vieja casa de Joe Melch adquiere tremendo significado en Nueva York. Los americanos cobran día a día mayor conciencia del significado de nuestro escenario natural, de que todos nosotros constituímos un solo pueblo en distintos domicilios.

No hay ninguna razón para que no estudiéis por vuestra propia cuenta, sacando de ello beneficio y entretenimiento. Elegid, por ejemplo, ese ramo de flores cortadas. Tratad de pintarlo desembarazada y artísticamente. Haced un boceto de la divertida Mrs. Higgins, que siempre os ha parecido un espectáculo. Haced un estudio a lápiz de ese árbol viejo y nudoso que habéis admirado en la Avenida Sawyer, donde dobla el tranvía. Observad a los niños de la casa vecina, pero observadlos en términos de planos, color y personalidad. Estos son tan reales como cualesquier otros que hayan sido pintados. Caballos, perros, gatos, ancianos, la nieve, graneros, interiores, edificios, minas, depósitos de madera, canales, diques, puentes, embarcaciones, hortalizas, baratillos, caminos rurales, colinas boscosas, cielos, el viejo estanque: existen multitud de temas que debéis observar y ensayar. Todo esto es material de aprendizaje para el futuro. No os lo enseñarán en ninguna escuela, y es lo que más os acercará al arte verdadero. Si el parque de vuestra casa necesita ser segado, levantaos temprano y hacedlo, pero no permitáis que eso os robe el tiempo necesario para estudiar. Llevad siempre en el bolsillo un cuaderno de apuntes y un lápiz blando. Acostumbraos a captar las cosas con rapidez y a escribirlas. Es así cómo nacen las ideas pictóricas. La nota más simple puede ser el origen de un gran cuadro.

Parece extraño que la mayoría de nosotros debamos ser convencidos de las excelencias del mundo en que vivimos. No sabemos cuán bueno es hasta que estamos en peligro de perderlo. El artista medio vive rodeado de una riqueza tan grande de temas que es incapaz de verlos. Le falta perspectiva. Main Street puede no significar gran cosa para vosotros, pero el *Saturday Evening Post* sabe apreciar una representación comprensiva de Main Street. El mundo exige visión e interpretación de la vida que vive, y nuestra vida es tan vital para nosotros como lo era la vida de la corte y la nobleza francesas, o la vida pintada por Gainsborough, para los pintores de esas épocas. El pobre Velázquez, viviendo en la soleada España, con todo su colorido, sus callejas retorcidas y su Mediterráneo azul, tuvo que quedarse en su casa y pintar nobles. Murió joven, probablemente por falta de aire fresco. Seguramente debió sentirse cansado y hastiado, muchas veces, de todo aquello. Pero nos dejó obras maestras.

Los temas están en la mente del artista, la rapidez del ojo y la devoción de la mano. Si existiera una gran tela llamada "Tarde de Domingo en el Parque", pintada en cualquier pequeño pueblo antes de comenzar el siglo, la gente se apiñaría para verla en la actualidad. ¡Pensad en la impresión que nos causaría ver representados los extraños atavíos, la vida de nuestros abuelos! Lo mismo ocurrirá en el año 2000, que en realidad no está tan lejano. La vida americana de la actualidad y la que resta del pasado inmediato desaparecerán pronto. Captadla mientras es posible hacerlo. Estamos entrando en una nueva era. A trabajar, pues, jóvenes artistas, con los ojos bien abiertos.

Solamente quien ande ciego o totalmente inconsciente puede decir que no tiene temas para pintar.

NO DEIS DESCANSO A VUESTRO LAPIZ



NADA HAY TAN AGRADABLE COMO PASARSE UNA TARDE CON UN LAPIZ Y UN PERRO. CUANDO "BRUNO" DUERME, ES UN BUEN MODELO. PRIMERO "EMBLOCAD" LAS GRANDES FORMAS, Y DESPUES COLOCAD LOS MEDIOS TONOS Y LOS OSCUROS CON EL COSTADO DE LA MINA.

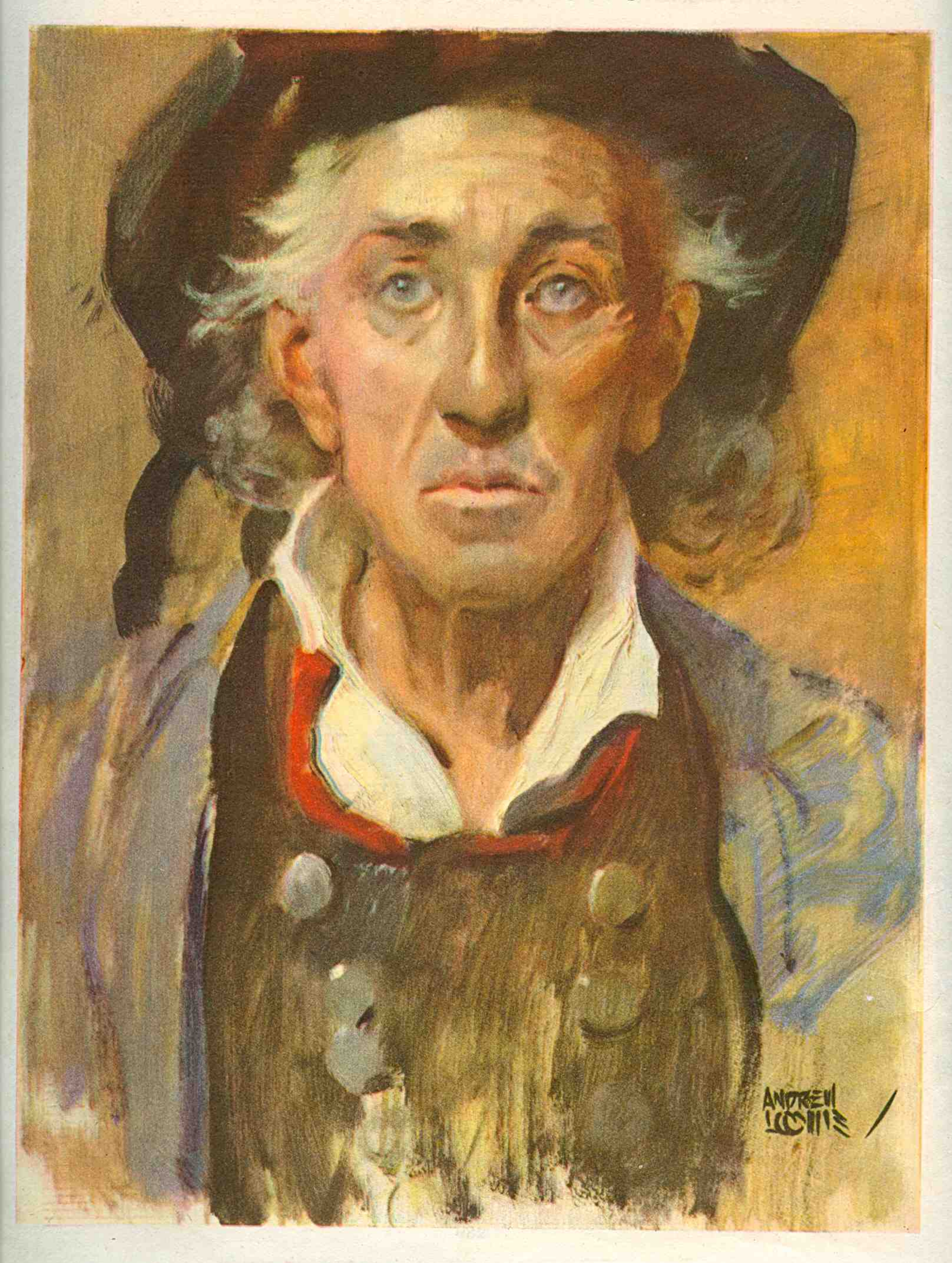
PRACTICAD EN LO POSIBLE EL DIBUJO DE CABEZAS



EMPEZAD UN CUADERNO DE BOCETOS DE CABEZAS. DIBUJAD ALGUNAS DEL NATURAL, OTRAS DE RECORTES. NADA PUEDE RESULTAROS TAN UTIL. DIBUJAD UNA POR DIA, HASTA LLENAR EL CUADERNO.

DIBUJAD TODOS
LOS TIPOS Y CARACTERES.
ESTAN EN TORNO VUESTRO, DISPUESTOS A POSAR.

ESTUDIO DE UN ANCIANO



MUESTRA DE UNA ILUSTRACION



EL BOCETO

Es importante que el artista grabe bien en su mente la diferencia básica de actitud con que debe encarar un boceto y la realización final de un trabajo. Lógicamente considerado, un boceto es una búsqueda de informaciones que posteriormente serán utilizadas en la realización final. Es la determinación de los rasgos que os parecen más importantes. Un boceto debe tener alguna cualidad definida, que es la que vosotros buscáis en cada caso. Un boceto presupone acción, distribución de masas, luz, sombra y color, sin complicación de detalles. Si buscáis el detalle vigoroso debéis realizar un estudio.

El fin del boceto puede ser buscar el diseño o la distribución solamente o bien encontrar la combinación de colores más apropiada. En este caso se llama "composición de color".

En el trabajo comercial existe lo que se conoce con el nombre de "boceto comprensivo". Esta clase de boceto puede estar completamente terminado. Por lo general tiene el mismo tamaño que el trabajo final que se piensa realizar (salvo en el caso de las muestras y los cartelones). El propósito de este boceto es, por supuesto, dar al cliente una idea bastante exacta de lo que pensáis hacer con el tema, de la distribución de colores y el efecto de conjunto. Este boceto se hace por lo general con los mismos materiales que se emplearán en la realización final, y su objeto es zanjar cualquier objeción o dificultad que pudiera surgir en el trabajo final.

Tened bien en cuenta cuáles son los fines del boceto. La ejecución de bocetos es un verdadero placer. En cierto sentido reemplazáis un trabajo meticuloso por la expresión libre y desembarazada de lo que tenéis en vuestra mente. Los bocetos de un artista nos dicen más acerca de él que su obra terminada. Es por esto que los bocetos son a menudo más interesantes y hermosos por ser más simples y mucho más expresivos. Después de realizar este análisis es más probable que en el trabajo final hallen cabida las emociones del artista.

En su sentido más amplio, el boceto es un experimento con el material pictórico, una búsqueda de los hechos utilizables y un ordenamiento de los mismos con el fin de obtener ciertos efectos. Lo que hacéis en realidad es trabar conocimiento con vuestro tema. La concepción mental de un tema es siempre abstracta. No podemos saber cuál será el efecto visual hasta que lo pintamos. "Ver un cuadro con los ojos de la mente" es una frase más bien pintoresca. En realidad no vemos el cuadro hasta que no hemos solucionado los problemas inherentes al mismo.

Numerosos aspectos de la vida y de la naturaleza son fugaces. Por eso tomamos "apuntes". La cámara nos ha ayudado a captar muchos de los aspectos variables de la vida. Pero la cámara no puede suplantar la vívida impresión mental que uno necesita para producir un buen cuadro. Al encararos directamente con el tema dibujáis en base a vuestro buen gusto y selección, y os sentís colmados de una excitación interior ante lo que el tema contiene. Toda vuestra concepción será probablemente más original si empezáis en base a vuestra primera interpretación y no en base a la foto.

El factor tiempo es importante en la ejecución de bocetos. La naturaleza cambia tan rápidamente que no tenemos tiempo para ocuparnos de pequeños detalles. Esta es la razón del completo fracaso de algunos cuando intentan sacar un boceto de la vida real. Uno debe admitir de antemano que el dibujo no será una reproducción exacta del modelo. Un boceto no es una demostración de lo que uno puede hacer teniendo tiempo. Lo que debéis buscar son las grandes formas, los grandes tonos, las grandes relaciones. Si queréis captar los detalles recurrid a vuestras cámaras; ése es su objeto. Pero los detalles no mejorarán la ejecución final de vuestro cuadro. El color y la masa tonales serán mejor que cualquier cosa que pueda registrar vuestra cámara.

En último término la capacidad de hacer un esbozo bueno y rápido hará de vosotros mejores artistas. El boceto no debe ser descuidado ni menospreciado. Su importancia reside en la frescura y espontaneidad que eventualmente os dará.

Los bocetos deben hacerse prácticamente con todos los mediums, en todas circunstancias y con toda clase de temas. Si queréis ilustrar debéis prepararos a dibujar cualquier cosa y todas las cosas. Esto no es tan difícil como parece, ya que los elementos básicos de todo tema son siempre la línea, el tono y el color. La forma está siempre expresada en luz, medio tono y sombra.

El boceto puede depararos más satisfacciones que cualquier otra parte de vuestro trabajo, siempre que bocetéis con un propósito definido.

LA PINTURA DE FIGURA

Quisiera discutir francamente la importancia de la pintura de figura para el ilustrador común. Muy a menudo un estudiante abandona la escuela de arte después de un fugaz estudio y, ansioso por entrar en campos remunerativos, desestima el valor de la figura por considerar que no tiene aplicación en el trabajo cotidiano. Es cierto que las ilustraciones que se venden rara vez son desnudos, y puede parecer difícil de comprender la relación entre una cosa y otra. Puesto que en la mayoría de los casos sería ilícito incluir un desnudo en una ilustración, ¿a qué preocuparnos por el estudio de la figura? Difícilmente una joven esposa sabe apreciar la importancia de la figura para la carrera artística de su marido. Espero, sin embargo, que crea en mi palabra cuando afirmo que es muy importante. Pero más importante que eso es la actitud honesta de su marido hacia el problema. En verdad es una cuestión delicada, que debe ser encarada abiertamente.

La pintura de figura debiera realizarse, en un comienzo, en asociación con otros pintores, principalmente porque uno aprende más rápido en cooperación con otros. De ser posible el estudio debe realizarse bajo las indicaciones de un buen instructor. En mi opinión, las clases nocturnas son más convenientes en un principio, pues la luz artificial define más claramente la forma, produciendo áreas definidas de luz y sombra. La luz diurna es muy sutil y bastante difícil. Sin embargo, es más hermosa.

Hay cierta diferencia entre la pintura y el dibujo. En el dibujo nos ocupamos de la línea y el tono, utilizando un medium negro. En pintura rara vez encontramos un negro en la carne. Esto significa que el artista debe realzar enormemente sus valores. Estando acostumbrado a usar tonos blancos y negros en el dibujo, las primeras pinturas del estudiante son por la general excesivamente oscuras, pesadas, con sombras opacas. Los planos expuestos a la luz están modelados en exceso, y a menudo son demasiado marrones. Esta es una de las cualidades más importantes que la experiencia de la pintura de figura puede dar a su trabajo cotidiano o rutinario. Los tonos y el modelado de la carne son los más sutiles y delicados. Se parecen al modelado de las nubes atravesadas por la luz. Después de pintar la carne, el artista verá todas las cosas de otro modo.

Otra de las grandes ventajas de la figura es la correlación del dibujo, el tono, el valor y el color; todos estos elementos se hallan en la figura. Podemos pintar una manzana en un color demasiado rojo, y esto no tiene importancia. Pero una frente o una mejilla demasiado rojas —o aun ligeramente más rojas de lo que debieran ser— pueden resultar muy desagradables. Casi todas las cosas admiten un cierto grado de exageración: un cielo puede ser demasiado azul, la hierba demasiado verde, un vestido demasiado amarillo, una sombra demasiado cálida o demasiado fría. Pero la carne, no. Los artistas comerciales que no se han dedicado seriamente a la pintura de figura tienen la costumbre de pintar la carne con tendencia a lo "cálido", con rojo, amarillo y blanco, ya sea en la luz o en la sombra. Esta tendencia es la responsable de gran parte de las ilustraciones "baratas" que vemos a diario.

Si podéis realmente desarrollar vuestro sentido de los valores y los colores, junto con la sutileza de los planos y la construcción que es evidente en el desnudo, podréis encarar cualquier otro tema con la casi seguridad de obtener esas cualidades. Una combinación de figura y naturaleza muerta, primero una y después la otra, repetida una y otra vez, os ofrece la oportunidad de desarrollar las mejores cualidades pictóricas. El hecho de que dibujéis bien no quiere decir que podáis pintar. La única manera de hacerlo es practicar, y practicar conscientemente, la pintura. Conviene trabajar en colaboración con otros, como indiqué antes, porque los valores, buenos o malos, son más evidentes en el trabajo de vuestro colega que en la modelo. De este modo tanto sus errores como sus progresos os sirven también de aprendizaje.

Visitad las galerías de arte y los museos y estudiad el tratamiento de los tonos de la carne. Esto os ayudará a ver con vuestros propios ojos, sin ayuda ajena.

No es fácil aprender a pintar bien la carne, ni es cosa que se haga en una noche. No es sorprendente que entre todas las cosas, la más difícil de pintar sea la tez humana, porque también es quizá la más hermosa. Para estar agradecidos de que nos haya sido dada a nosotros nos bastará con observar las pieles y cueros de los animales inferiores. Debemos, por lo tanto, apreciarla y respetarla.

BOCETO DE UN EXTERIOR EN COLORES



BOCETO DE UN RETRATO EN COLORES



CHARLA FINAL

Es con un sentimiento de pena que llego a las páginas finales de este libro. Es algo así como la separación de un padre y su hijo. Este libro y yo hemos sido buenos compañeros durante muchos meses. Antes de dejarlo —y de dejaros a vosotros— quisiera ocuparme de algunos de los detalles más personales de vuestra vida como artistas e ilustradores.

En primer término, es preciso recalcar la importancia de la aptitud para tomar decisiones. Raro será el día en que no tengáis que decidir algo. La facultad de decidir es el camino hacia la originalidad. Toda obra de arte que hagáis será un conjunto de pequeñas decisiones. Desde la elección del tema hasta la realización final del mismo, todo es decisión. Es evidente que el artista, si quiere ir adelante, debe cooperar y ser agradable, pero esto no significa decir siempre "sí" a todos. Si os acostumbráis a seguir órdenes e instrucciones, correréis el peligro de perder vuestras mejores facultades. Hay muchas maneras correctas y legítimas de proyectar vuestra personalidad sobre el trabajo que realizáis, sin dejar de cumplir con los requisitos del encargo. Un análisis cuidadoso os revelará que en la mayoría de los encargos existe un amplio campo de acción para la inventiva. Me atrevo a aconsejaros que si tenéis un trabajo que nunca os permite una decisión u opinión debéis abandonarlo, pues solamente podréis progresar si comunicáis una parte de vuestra individualidad a cualquier trabajo que realicéis.

El extremo opuesto —querer hacerlo todo a vuestra manera, sin injerencia ajena de ninguna especie— es tan perjudicial como el anterior. Ciertas instrucciones que artísticamente os desagraden pueden, no obstante, estar sólidamente fundadas en razones de orden práctico. También puede ocurrir lo contrario, que las instrucciones hayan sido preparadas por alguien que realmente no tiene sentido artístico, y que quizá se avendría a cambiarlas si con todo tacto se le indicaran las razones prácticas para ello desde el punto de vista del artista. Por regla general los clientes no son artistas, y corresponde al artista vender, siempre que sea posible, sus conocimientos y su buen gusto. Podéis dar al comprador lo que él quiere, y al mismo tiempo lo que debe tener. Vosotros no venderíais a un hombre un mal trabajo por la sola razón de que él ignorase que es malo.

Si descubrís que a menudo estáis en desacuerdo con vuestros clientes, es mejor que os busquéis un representante o un agente que sepa tratar con los compradores. Los artistas no siempre son buenos vendedores. Esto podría ser un obstáculo en vuestra carrera. Si fracasáis, que sea por vuestro trabajo y no por falta de condiciones para venderlo. Si vuestro trabajo es bueno, siempre habrá alguien que pueda venderlo.

Para vender bien, un artista debe mostrarse entusiasmado con su trabajo. Si os agrada trabajar para un cliente determinado, decídselo. Pero nunca critiquéis las ideas de un comprador. Ese comprador puede llegar a ser más adelante director de arte de la agencia o la revista a la que más interés tengáis en vender vuestras obras. Todo hombre tiene derecho a sus ideas. El hecho de que no siempre estéis de acuerdo con ellas no quiere decir que esas ideas sean malas.

Es muy fácil que los primeros triunfos de un artista joven que ha trabajado mucho para llegar hasta ellos se le "suban a la cabeza". Esto puede ser a menudo un obstáculo grande e insospechado en su carrera. Aun no he conocido un artista infalible. El ascenso es largo y lento, pero el descenso puede ser sumamente rápido. Siempre he sostenido que el hombre que es grande por fuera debe serlo también por dentro. En todo el mundo la gente es susceptible. Nadie es lo bastante grande como para menospreciar al vecino. Las ofensas penetran hondo y duran mucho tiempo. He visto a muchos desdeñados superar a sus detractores y hacerles tragar sus palabras. En Hollywood hay un viejo refrán: "Sed simpáticos con las personas que encontréis en el camino de ascenso, porque podéis encontrarlas en el camino de descenso".

CHARLA FINAL

He hablado de decisiones. Hay muchas clases de decisiones. Del lado negativo, hay decisiones indolentes, intolerantes, dilatorias, impacientes, indiferentes, inadecuadas e impulsivas. Por el otro lado tenemos las decisiones dotadas de humildad, determinación, previsión, inteligencia y perseverancia. La decisión más importante es la de hacer cada día algo que os acerque a vuestra meta. El arte lleva tanto tiempo, que el perderlo se paga caro. No debéis simplemente *tratar* de encontrar tiempo para estudiar, debéis hacerlo, de un modo u otro. Y en arte nunca se deja de estudiar. En el estudio de un buen artista encontraréis profusión de bocetos, con la pintura aun fresca. Los bocetos del artista mediocre, por el contrario, son viejos y polvorientos. He visto a muchos artistas de edad madura, cuyas muestras estaban ajadas en los bordes y maculadas por el tiempo, que a pesar de todo, seguían esperando. A veces han pasado años antes que hicieran algo para cumplir sus ambiciones. Gastan su vida en algo que detestan, y no hacen nada para cambiar el curso de las cosas. Estos son los hombres que nunca parecen haber tenido una oportunidad. La verdad es que nunca aprovecharon una oportunidad.

Hay diferencia entre trabajar "en" una cosa y trabajar "para" ella. Existen dos alternativas: estudiar seriamente o perder el tiempo. El "para" debe estar decidido antes de que pongáis manos a la obra. Estáis trabajando para un mejor conocimiento de la anatomía, la perspectiva, los valores, o para cualquier otro fin definido. Estáis entrenando vuestros ojos para apreciar la proporción, para captar la pérdida y encuentro de bordes, estáis desarrollando vuestra visión y técnica para obtener mayor desenvoltura y fuerza de expresión. Si no buscáis, ¿cómo podréis encontrar? Si comprendéis que estáis cometiendo muchos errores, es un buen síntoma. Es mucho mejor que los advirtáis y no que os pasen inadvertidos.

Es natural que busquéis consejo sobre cuestiones importantes. Pero no adquiráis el hábito de recurrir a los demás para adoptar vuestras decisiones. Muchos artistas me han escrito solicitándome que decidiera sobre cuestiones que ni yo ni nadie podría decidir fuera de ellos. "¿Debo dedicarme al arte"? "¿Tendré más éxito como ilustrador que pintando cartelones"? "¿Debo pintar al óleo o a la acuarela?" "¿Debo abandonar un puesto permanente para dibujar y pintar?" Hubo uno que llegó a escribirme lo siguiente: "¿Debo divorciarme de mi esposa para poder seguir estudiando libremente mi arte?" Muchos preguntan si no son demasiado viejos para empezar, en qué ciudad les convendrá más trabajar, dónde se consigue trabajo y cuánto se gana.

La mayoría de los consejos que pueden darse no quieren arriesgar nada. La generalidad de las personas no quieren cargar con la responsabilidad de otros. Rara vez os darán el consejo que queréis que os den. Muy a menudo los consejos son negativos. Nadie quiere decidir por vosotros.

Yo no puedo recomendar una escuela de arte, con preferencia sobre otra, por diversos motivos. Uno de ellos es que no puedo estar familiarizado con los cursos y los profesores de cada escuela. Hace muchos años que yo dejé las escuelas de arte, y desde entonces todas ellas pueden haber cambiado y tener personal distinto. Para recomendaros una escuela yo tendría que estar familiarizado con vuestro trabajo, compartir vuestras ambiciones particulares, y probablemente saber algo acerca de vuestra personalidad, carácter, perseverancia y adaptabilidad. Esto sería pedir demasiado, y yo no me siento capacitado para hacerlo.

Elegid la escuela en la que veáis evidencia de las cosas que os gustaría hacer. Una escuela no puede convertiros en buenos estudiantes, pero en cambio podéis ser buenos estudiantes en cualquier escuela. La escuela es simplemente la oportunidad de trabajar por vosotros mismos en las mejores condiciones posibles, con buen espacio, modelos y enseñanza. Pero a pesar de todo deberéis esforzaros por vuestra propia cuenta. Puede parecer algo duro, pero es indudable que la escuela media es mejor que el estudiante medio, y sería mucho mejor que la escuela pudiera elegir al estudiante y no el estudiante a la escuela. Algunas escuelas exigen exámenes de ingreso.

Desearía que fuese posible daros una lista de los lugares donde podéis vender vuestro trabajo. Pero vuestra experiencia probablemente será semejante a la mía. Después de ganar una beca en la escuela de arte con una pintura de figura, mi primer trabajo fué pintar una botella de salsa de tomate. Descubrí entonces que pintar una botella de salsa de tomate para un anuncio era mucho más difícil de lo que había creído. Un día pinté un Santa Claus. Un director de arte lo vió y comunicó la noticia a alguien que andaba en busca de talento. Esto me

valió un período de prueba en un estudio. Esto a su vez me produjo nuevos trabajos y nuevas oportunidades. Así sucede siempre. Si vuestro trabajo es de buena calidad no transcurrirá demasiado tiempo sin que alguien lo advierta. Y vosotros mismos podéis ocuparos de llamar la atención remitiendo muestras a probables clientes.

Si habéis pensado escribirme, como lo han hecho tantos, debo disculparme por no ser capaz de contestar más de una pequeña parte de las cartas que recibo. Mi trabajo me lleva la mayor parte del tiempo de que dispongo, y no creo en formularios ni en respuestas redactadas por la secretaria. En este libro he tratado de guiaros en la medida de mis fuerzas, y aunque estimo enormemente el contacto personal con mis lectores me es imposible contestar personalmente a sus consultas. Por esta razón he incluído al término de este libro una sección de *Respuestas a Consultas Recibidas*. Quizá podáis encontrar en ella la respuesta que necesitáis, o por lo menos comprender que, en última instancia, la decisión debe ser vuestra. No obstante agradeceré las cartas que reciba, especialmente las que no me soliciten consejos sobre asuntos personales, que a la postre resuelve mejor uno solo.

La idea más importante que deseo transmitiros, aparte la de adoptar todos los días decisiones grandes y pequeñas, encaminadas al logro de vuestras esperanzas, es la de la gran dignidad de nuestro oficio. Si triunfáis en él, el mundo tendrá en gran estima vuestras realizaciones. En todos los lugares del mundo el buen arte es reverenciado. El hecho de que el arte se haga con fines comerciales o industriales no es ningún desmedro. El artista de exposiciones también trabaja para ganarse la vida, y sus cuadros pueden ser reproducidos y vendidos para obtener beneficio. Yo veo escasa diferencia entre pintar un retrato por un salario y pintar cualquier otra cosa por un salario. Esa diferencia reside solamente en la habilidad del artista, y en el arte comercial no hay nada que limite esa habilidad. Por esta razón el arte comercial tiene un gran futuro, porque hay posibilidades de mayor desarrollo, mientras que en el campo del buen arte se ha llegado a tal perfección que las posibilidades de superación son muy escasas. Creo que ésta es la verdadera causa de la tendencia actual del arte a apartarse de lo idealista en beneficio de lo espectacular, de lo tangible en beneficio de lo abstracto.

Recordemos la influencia que ejercen los cuadros sobre el hombre medio. Desde la cuna aprende a amarlos. La vida cotidiana experimenta la influencia de la pintura. Los cuadros sugieren las ropas que usan las personas, los interiores en que viven, las cosas que compran. Los cuadros visualizan el pasado, el presente y el futuro. Más aún, el arte da vida a lo inexistente, nos permite ver los productos de la imaginación. El arte puede ser realidad o ficción, personal o impersonal, verdad o distorsión, dinámico o estático, concreto o abstracto, sobrio o rimbombante. . . Es, en suma, lo que vosotros hagáis de él. Menos limitación es imposible pedir.

Seamos artistas, entonces, sintamos que tenemos una misión que cumplir. Elijamos para pintar la belleza y no la sordidez. Si buscamos un público, dignifiquemos lo que tenemos que decir. Una vez hecha nuestra elección, construyamos en vez de destruir. Si estamos dotados de capacidad para percibir la belleza, mostrémonos agradecidos y no egoístas. Vivir y trabajar sólo para complacerse a sí mismo, utilizando el arte como un medio de dar salida a los instintos y de divorciarse de las normas éticas de la vida, constituye, a mi ver, una grave equivocación. El arte pertenece a la vida y, esencialmente, al hombre común, al hombre de todos los días.

El arte consiste esencialmente en dar. El genio artístico es un don raro. Los que obtienen éxito pueden felicitarse de que a ellos pocos, entre tantos, les hayan sido dados los ojos que ven, la mano que expresa, la percepción que capta y el corazón que comprende la gran verdad. Debemos tratar de devolver, con mayor perfección, lo que nos ha sido concedido. Me parece que esto no es posible sin paciencia, humildad y respeto por la vida y el hombre.

RESPUESTAS A CONSULTAS

1. Yo no aconsejaría al estudiante que recién sale de la escuela de arte que pusiera un estudio por su cuenta. Conseguid un trabajo permanente, si es posible, en algún departamento u organización artística. Necesitaréis un período de práctica. Trabajad entre otros artistas. Uno aprende del otro.

2. Cuando tengáis que entregar un trabajo en un plazo determinado empezad a trabajar en él lo antes posible. No demoréis el trabajo. Terminad una cosa antes de empezar otra.

3. Por favor no me pidáis que os busque libros. La mayoría de los libros de arte pueden ser comprados a los libreros, que tienen listas de publicaciones y editores. En la biblioteca pública también encontraréis los libros que queráis consultar. Las revistas artísticas tienen, por lo general, un servicio bibliográfico.

4. No me preguntéis qué libros debéis leer. Leed todos los que podáis comprar. Comenzad desde ahora a formar vuestra biblioteca. Difícilmente encontraréis el libro que agote un tema dado.

5. No me enviéis cheques ni giros postales, pues el autor no tiene nada que ver con la venta de sus libros. Escribid directamente al editor.

6. Por favor no me pidáis que os dé informaciones sobre materiales. En la mayoría de las revistas de arte encontraréis las direcciones de vendedores de artículos y materiales pictóricos. Estos podéis encontrarlos en cualquier ciudad. Si necesitáis algún material específico, difícil de obtener, recurrid a un buen agente.

7. ¿Qué escuela? Vosotros debéis decidir. Las escuelas de arte publican anuncios en las revistas especializadas. Solicitad prospectos.

8. ¿Qué curso? Vosotros debéis decidir.

9. ¿Qué medium? Vosotros debéis decidir. Intentadlos todos. Todos son prácticos, menos el pastel. Pero aun éste puede ser usado si se fija cuidadosamente. Usad un fijador de pastel.

10. ¿En qué ciudad debéis trabajar? Vosotros debéis decidir. Nueva York y Chicago son los centros artísticos más importantes. Todas las ciudades ofrecen posibilidades.

11. No podéis copiar ilustraciones de las revistas y venderlas. Todas las ilustraciones publicadas tienen los derechos reservados. Especialmente no copiéis retratos de artistas cinematográficas u otras personas. Para ello hace falta una cesión de derechos o un permiso escrito.

12. No puedo dar los nombres de las modelos que aparecen en mi libro.

13. No hay un salario específico para las modelos. El precio puede convenirse entre ambas partes, salvo indicación en contrario de su agente o de su agencia. Los honorarios de la modelo deben ser pagados en seguida, sin esperar a la publicación.

14. En los campos comercial e ilustrativo no se necesita un diploma de arte.

15. El precio puede ser fijado por vosotros o por el comprador. Los bocetos deben ser pagados, si han sido solicitados y remitidos, aun cuando no se los llegue a aceptar para el trabajo final. Los bocetos pueden incluirse en el precio total. El precio del trabajo finalizado debe concertarse antes de iniciar el trabajo.

16. Si entregan vuestro boceto a otro artista para que lo termine, deberán deducir del precio final pagado al segundo artista el precio del boceto y pagároslo.

17. Solicitad una orden escrita por cualquier trabajo que os encomienden, firmada por una persona responsable. Estáis en vuestro derecho.

18. Cualquier cambio o corrección que sea preciso efectuar, y cuya necesidad no sea imputable a vosotros según los términos del arreglo inicial, os deberá ser pagado. Pero todo cambio requerido para dar al trabajo la jerarquía debida correrá por cuenta del artista. Si los cambios o correcciones son simplemente una cuestión de opiniones, deberá convenirse, antes de efectuarlos, por cuenta de quién correrá cualquier gasto adicional que demanden. No cobréis honorarios adicionales a vuestro cliente, a menos que esa posibilidad haya sido convenida de antemano. Tratad en lo posible de ateneros a vuestro precio original.

19. Si habéis terminado un trabajo solicitado y os lo rechazan, es justo pedir una compensación; si no todo el precio convenido, por lo menos deberán compensaros por el tiempo y los gastos en que habéis incurrido. Cuando el artista es bien conocido y goza de sólida reputación, el cliente debe estar lo bastante familiarizado con su trabajo como para darle una garantía de pago, aun cuando el trabajo no sea después aceptado por el cliente del intermediario o agencia. En general, el artista debe hacer toda concesión que parezca razonable. Debe examinar cuidadosamente si el trabajo presentado es en realidad lo mejor que él puede hacer. Si no lo es, debe realizarlo nuevamente sin cargo adicional. A todos los artistas les ha ocurrido tener que repetir algún trabajo. Si el cliente es de confianza, vuestras futuras relaciones con él bien valen el trabajo adicional que os toméis, y él por su parte sabrá apreciar vuestra honestidad. El no puede pagar dos veces el mismo trabajo. Pero si no quiere daros una nueva oportunidad de reivindicaros deberá pagaros los gastos y esfuerzos que habéis hecho. Si os pide que rehagáis el trabajo, sin cambiar las instrucciones originales, debéis hacerlo sin exigir un pago adicional. Pero si, por causas ajenas a vuestra voluntad, quiere que vuestro trabajo responda a circunstancias distintas, os deberá abonar un precio razonable, convenido antes de la ejecución final.

20. Nunca entabléis pleito contra un cliente sin tener una orden en regla y un convenio en cuanto al precio, así como pruebas de que habéis entregado satisfactoriamente a otros clientes trabajos de igual importancia. En caso de producirse un pleito, vuestro trabajo será examinado por un jurado competente, compuesto por lo general por artistas de renombre. Es mejor que olvidéis el asunto si estáis seguros de que el trabajo no ha sido ni será utilizado. Quizá sea realmente demasiado malo para que os lo acepten. En todo caso, si entabláis un pleito y lo ganáis podéis estar seguros de que, al menos con ese cliente, habéis terminado. Pocos buenos artistas pleitean sobre su trabajo. Cuando se trata de un trabajo muy largo o valioso, el caso es distinto. Si parte del trabajo era aceptable y fué utilizada, esa parte deberá ser pagada. Si se firmó un contrato, vuestro cliente deberá ajustarse a los términos del mismo.

21. La ilustración publicitaria es, por lo general, más remunerativa que la ilustración de cuentos.

22. No firméis un contrato por plazo indefinido con un representante, agente o intermediario. Si lo hacéis os arriesgaréis a estar pagando durante toda vuestra vida por cualquier trabajo que ejecutéis, ya lo vendáis por intermedio de ese agente o no. Debe especificarse que pagaréis una comisión sólo por los trabajos que el agente ha vendido, y eso por un período limitado. Si los resultados son satisfactorios podéis renovar el convenio con vuestro agente; en caso contrario podréis rescindirlo.

23. La comisión del agente no debe ser superior al 25 %. El porcentaje será menor una vez que obtengáis cierta reputación, ya que será más fácil vender vuestro trabajo.

24. La comisión que corresponde al vendedor de cuadros debe convenirse entre ambas partes. Algunos cobran hasta el 50 %.

25. No podéis enviar desnudos por correo, a menos que tengáis autorización postal. Todos los desnudos publicados deben pasar por la censura, a menos que sean indiscutiblemente temas artísticos o se los emplee para ilustrar un material de lectura referente a cuestiones artísticas.

26. Toda colaboración espontánea debe ir acompañada del franqueo necesario para la devolución. Ninguna revista se hace responsable de pérdidas, ni de la devolución del material no solicitado.

27. El autor no elige al ilustrador.

28. No podéis obligar a nadie a que publique vuestros trabajos, ni siquiera pagando.

29. Os ruego no pedirme direcciones postales de ninguna clase.

30. No me pidáis bocetos ni pinturas originales, pues me resulta totalmente imposible cumplir con todos los pedidos.

31. No me solicitéis autógrafos. Si bien esto me halaga, honestamente no tengo tiempo para empaquetar nuevamente y devolveros vuestros libros. Os ruego aceptar mis excusas.

32. Me es totalmente imposible vender vuestro trabajo, o comprar cuadros, o contratar artistas, o representarlos.

33. No me enviéis vuestro trabajo para que yo lo juzgue y lo critique. Todo lo que puedo daros está contenido en el libro, y muy a pesar mío me es imposible dar indicaciones personales a mis lectores.

34. No me pidáis cartas de presentación o de recomendación. Si vuestro trabajo es bueno no las necesitaréis. No estoy dispuesto a hacer que un artista amigo pierda su tiempo, pues esto es lo que más aprecia. Yo por mi parte no estoy dispuesto a perderlo, y en consecuencia no puedo solicitarle que os atienda. Algún día comprenderéis por qué.

35. Desearía poder concederos entrevistas personales, pero mi caso es el del amigo que os he mencionado. Cuando se trabaja con plazo fijo no sobra el tiempo. El artista ha vendido su tiempo, y éste pertenece a los clientes. No está en su poder el darlo.

36. El tiempo dedicado a este libro me ha demandado gastos considerables y reportado la pérdida de otros trabajos. No se me ocurre nada más que pueda deciros personalmente. Os aconsejo embarcar en vuestro propio bote y remar con todas vuestras fuerzas. No me pidáis decisiones personales. Descubriréis que es mejor que las hagáis vosotros mismos.

37. Cualquiera sea vuestro problema, otros lo han enfrentado antes. Algunos lo han solucionado, ¿por qué no vosotros?

38. No doy clases ni instrucción individual, porque deseo permanecer en actividad dentro del campo todo el tiempo que sea posible. Supongo que no me sería difícil fundar una escuela, pero prefiero pintar. Cuando esté listo para abandonar el campo, supongo que me habré ganado el derecho a emplear el tiempo que me sobre en trabajar por puro placer. Este reside en realizar siempre, y yo prefiero seguir siendo un estudiante hasta el fin de mis días.

39. Agradezco las cartas, especialmente aquellas que no me piden que tome decisiones.

40. Para terminar, deseo aseguraros que en arte hay siempre una recompensa para todos los que tienen el coraje que el arte exige.

Hasta pronto y Buena Suerte

Andrew Loomis

